

Paolo Menconi – IFO Observatory



Fitness in Italia - Club & Users

4-5 NOVEMBRE 2022

FICO EATALYWORLD
CENTRO CONGRESSI BOLOGNA

IFO Press & Media



9colonne-news



adnkronos



ADVFN



Libero



ANSA



ATHLETIC LIVE



tgcom



theworld news



Today IT



avvenire



barinewstv



borse



ciociaria oggi



corriere della sera



corriere dell'umbria



CIWAS



Radio Cusano Campus



Zazoom



corriere d'italia



corriere quotidiano



eco di bergamo



finanza



finanzaon line



fitnesstrend



GLONAA BOT



zeroventiquattro



informazione.it



fortune italia



gonfialarete



il dubbio



il giorno



il nuovo club



il secolo XIX



MilanoTOPNews



Caffeina



MaxFit



Il Tempo



ildenaro



ItaliaOggi



ASCOM



la palestra



ladybliz



MediaMover



Corriere di Viterbo



La Voce di Novara



latina editoriale



leggo



mediaset



mediaset



msn money



netweek



Today



traderlink



yahoo finanza



NotizieOggi



oggi treviso



onlinenews



playhitmusic



pop economy



TGR Lombardia



Radio Lombardia



Revista Bfit



Men's Health



Pinterest



rai



rete4



stasera italia



stranotizie



teamsystem



ClassEditori



GymFACTORY



InfoParlamentari

IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 Bologna

f in FORUMCLUB.IT

«*Si migliora solo ciò che si misura*»



Fitness Club in Italia 2022

Ricerca di Mercato
Giugno-Luglio 2022

Main Sponsor



FOLLOW
US

  [FORUMCLUB.IT](https://www.forumclub.it)

Bologna

al Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

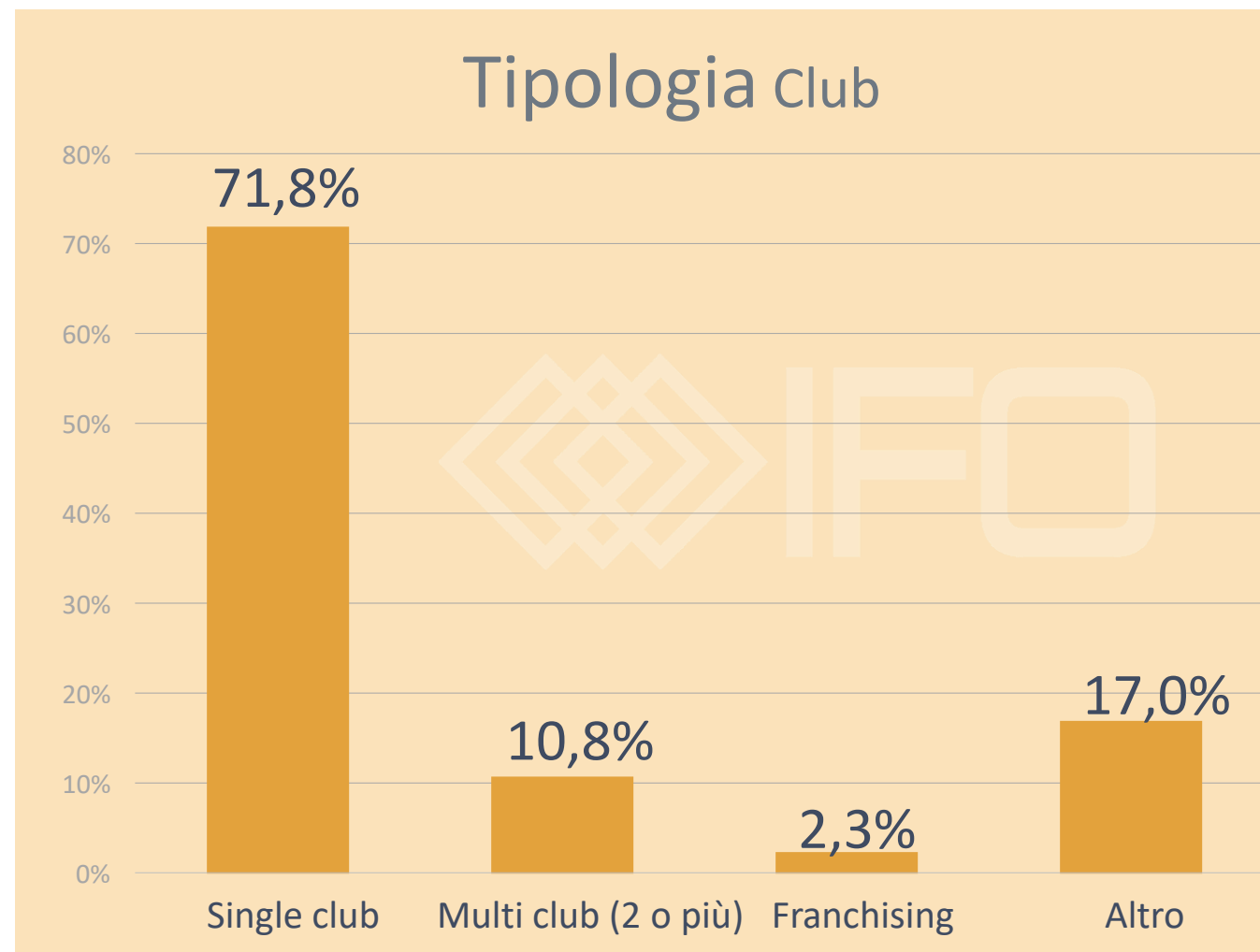
FORUMCLUB



- Il Club - Caratteristiche generali
- Confronto 2019 - 2021
- Social e App
- Futuro
- Green pass
- Posizione Geografica dei Club

Che tipo di Club è il vostro?

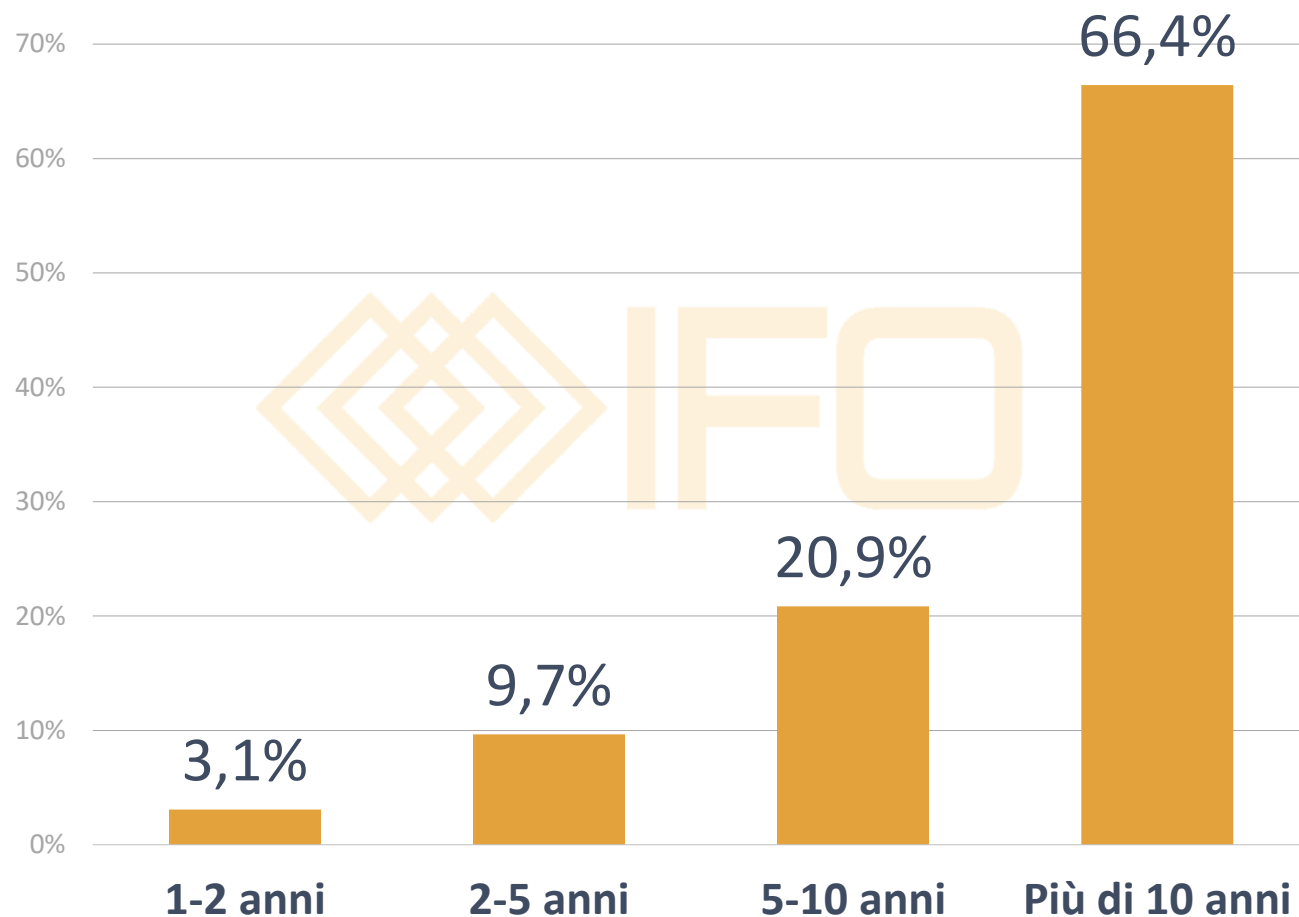
In Italia molti Club "singoli" (oltre il 71%). Circa l'11% appartiene a qualche gruppo e pochi franchising, oltre a una buona fetta (il 17%) di piccoli studi (Pilates e Yoga, ...)



Da quanti anni è aperto il Club?

Una storia di lunga durata, consolidata nel tempo. Oltre il 66% ha più di 10 anni e circa il 30% tra 2 e 10 anni. Circa il 3% è all'inizio della sua avventura.

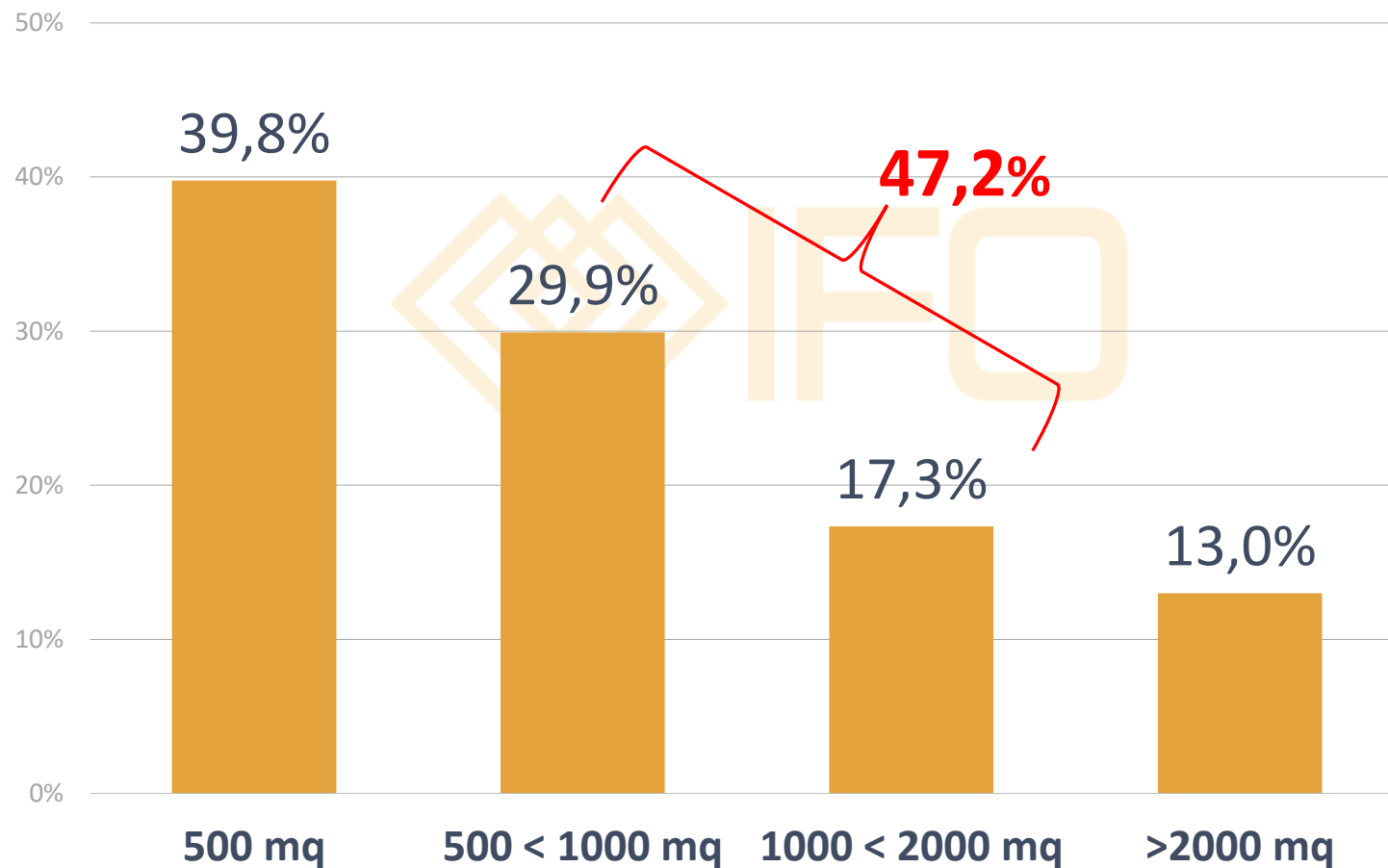
Da quanti anni è aperto il Club?



Dimensioni dei Club

Circa il 40% sono Club di piccole dimensioni, il 47% di dimensioni medie (da 500 mq sino a 2.000 mq) e il 13% oltre i 2.000 mq.

Dimensione del Club in metri quadrati



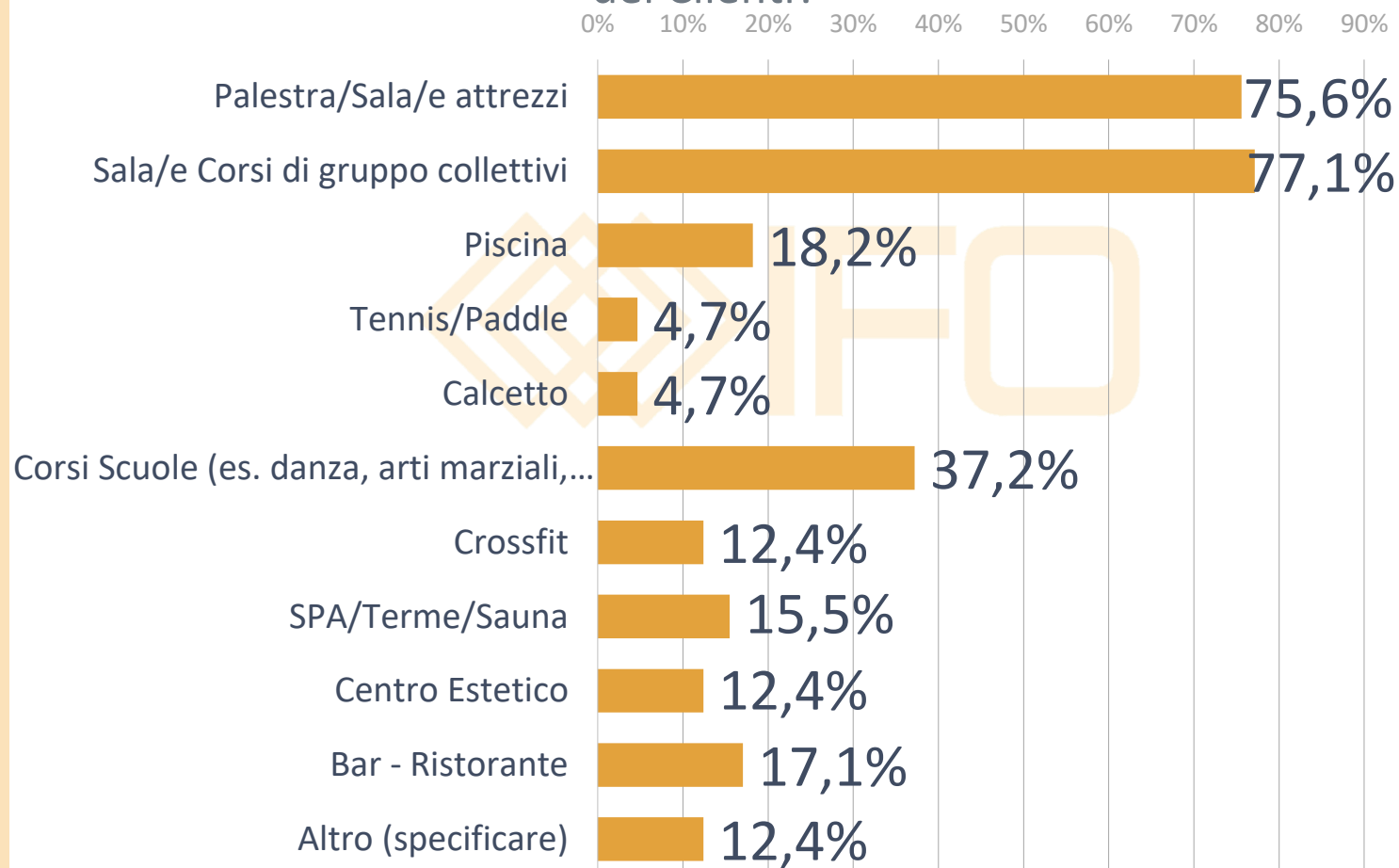
Una offerta variegata

La maggioranza dei Club (oltre il 75%) offre ai propri clienti sala attrezzi e corsi collettivi.

Una buona fetta il 37% ha corsi di danza e arti marziali.

Circa il 18% ha la piscina e bar o ristorante.

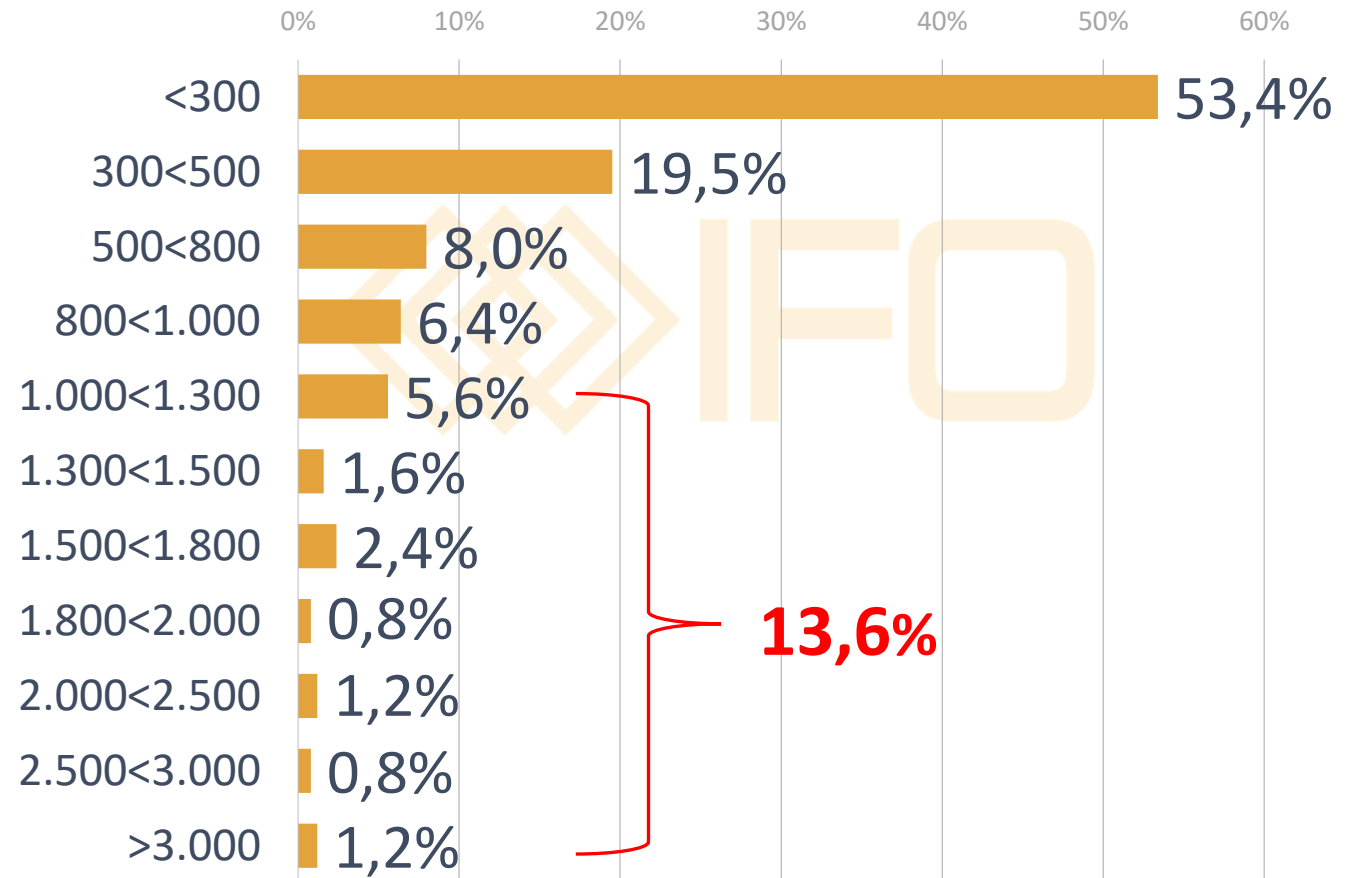
Che tipo di attività/aree sono a disposizione dei Clienti?

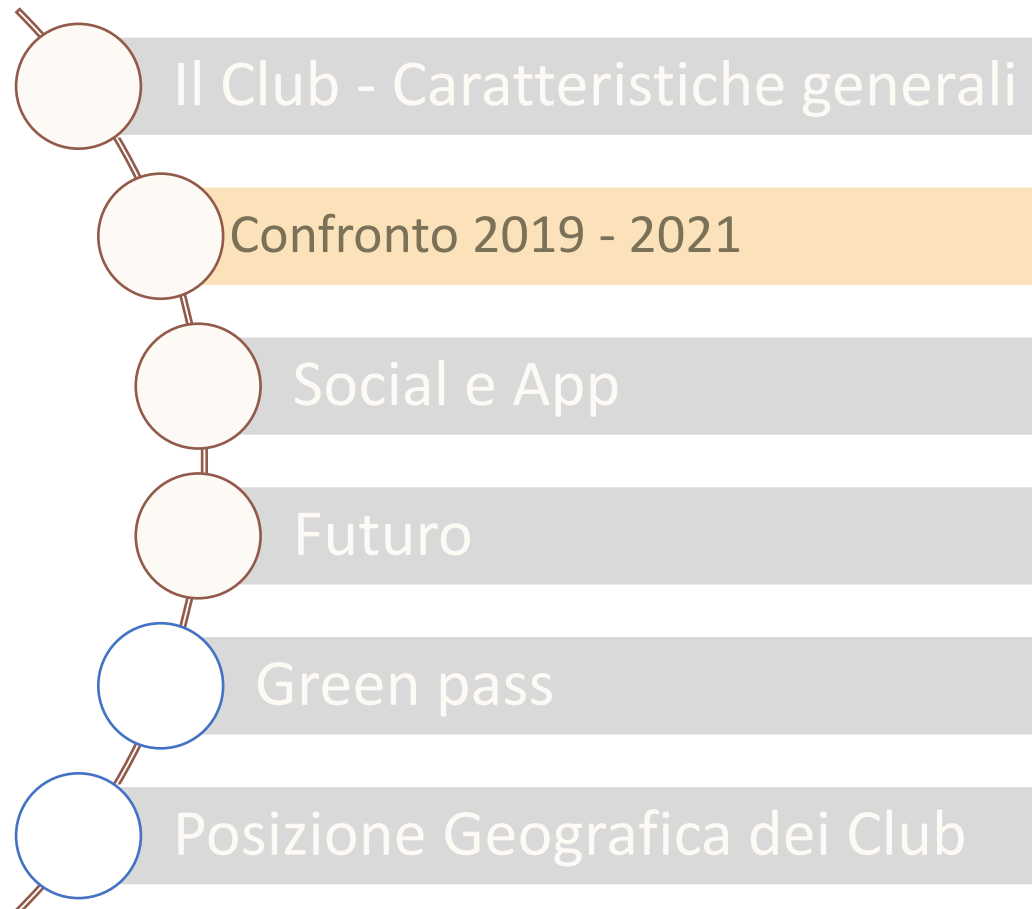


Una maggioranza di piccoli Club

Più della metà dei Club ha meno di 300 iscritti.
 Il 20% circa ne ha tra 300 e 500.
 il 14% tra 500 e 1.000.
 Solo il 13,6% dei Club ne ha oltre 1000.

N° di Clienti iscritti al 31 Dicembre 2021

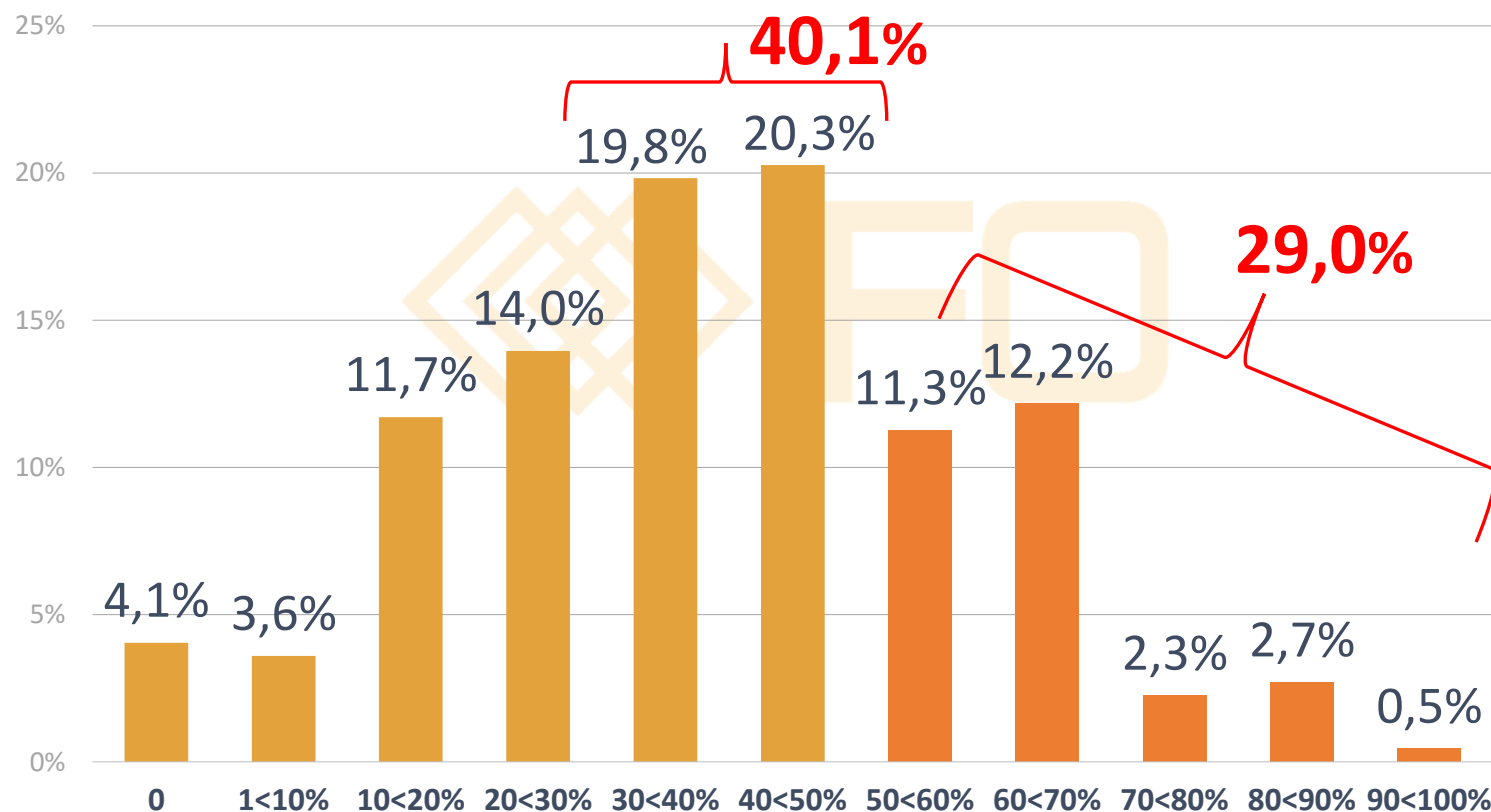




Compressione del numero di iscritti

Circa il 30% dei Club dichiara di aver perso circa il 50% degli iscritti

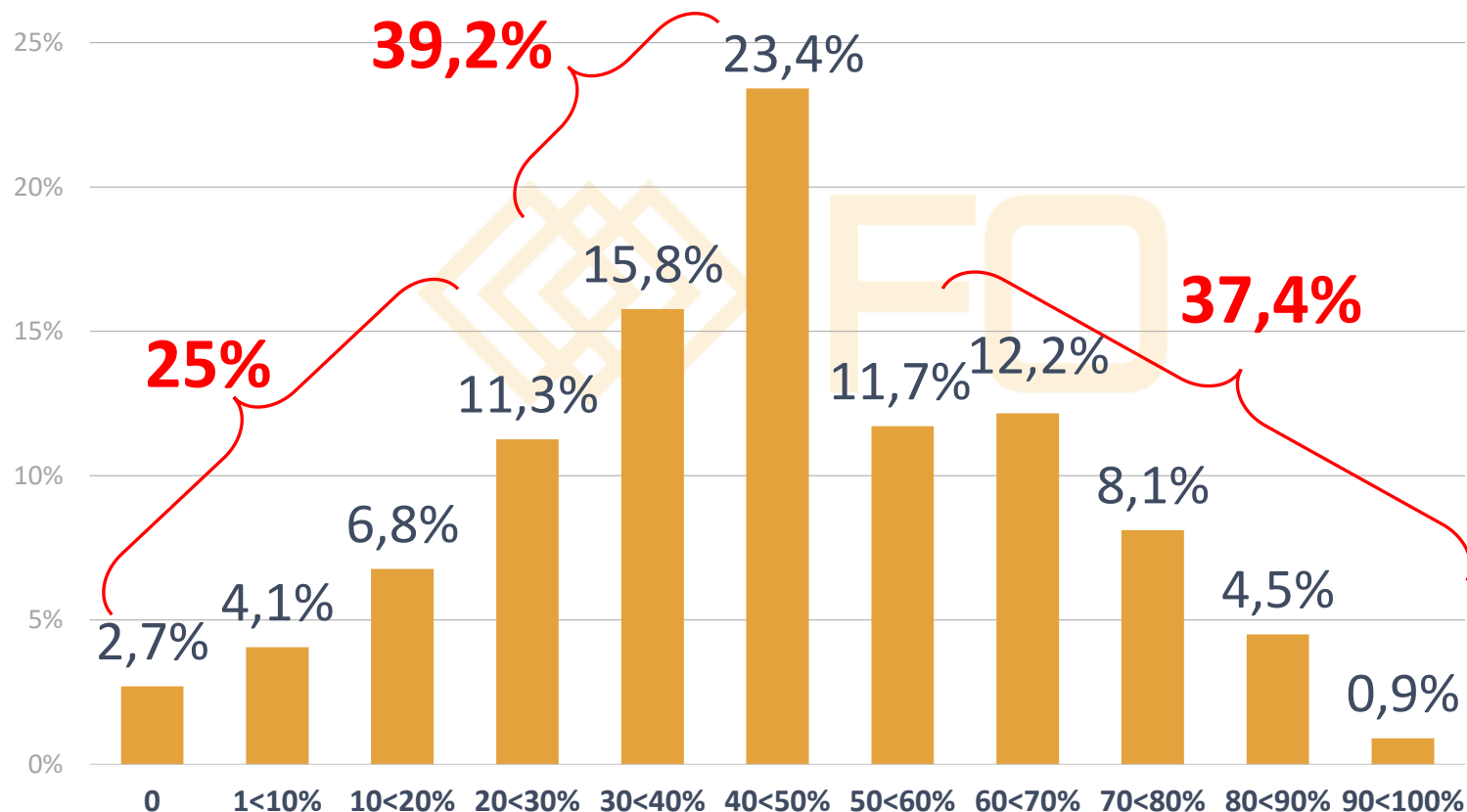
Perdite di Iscritti tra 2021 e 2019 (Sett. Dic.)



... e di conseguenza gli incassi si sono ridotti

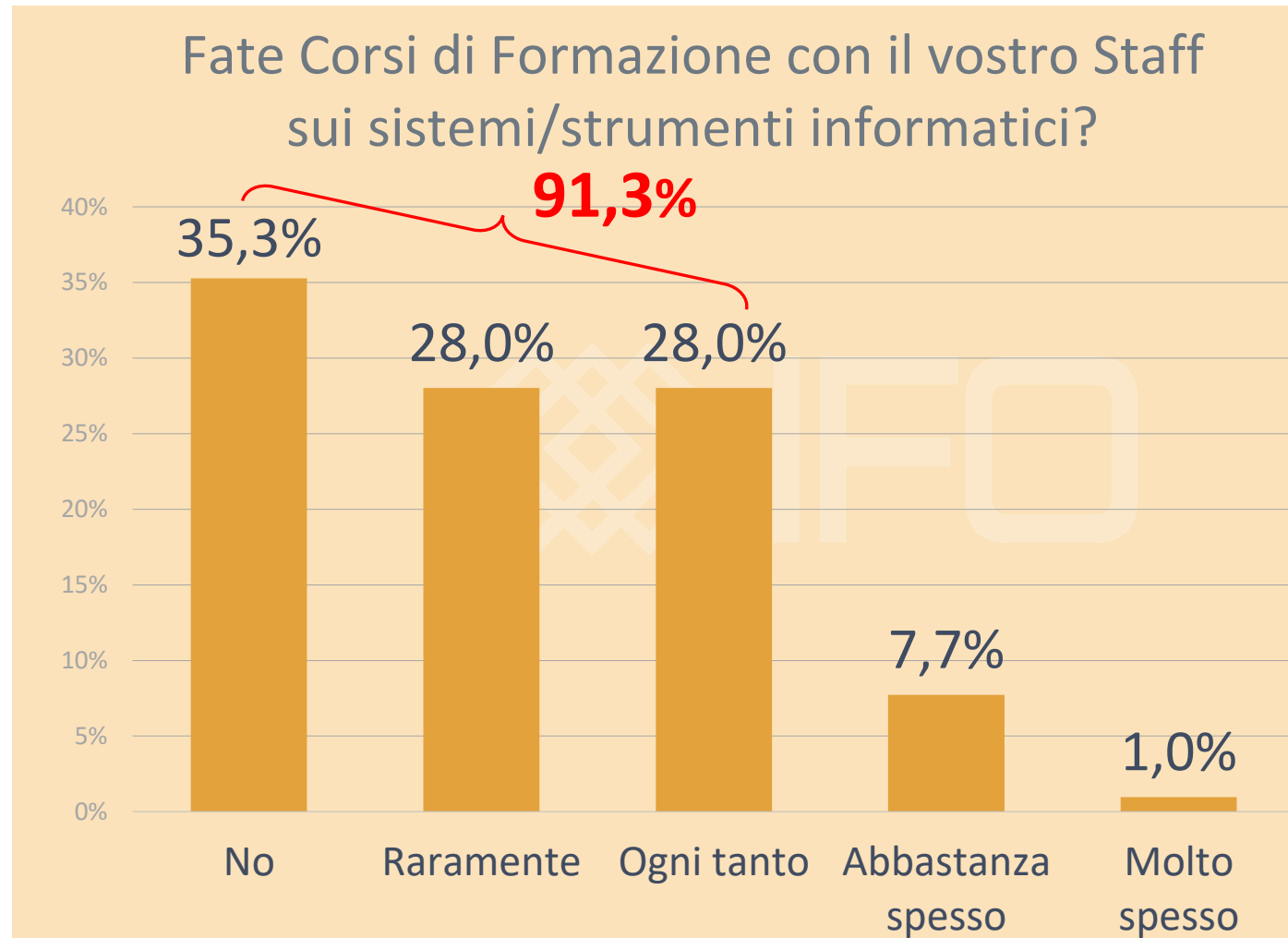
Un terzo dei Club ha perso oltre la metà degli incassi rispetto al 2019. Circa il 40% ha perso dal 30 al 40% e circa il 25% ha perso sino al 30% rispetto allo stesso periodo del 2019.

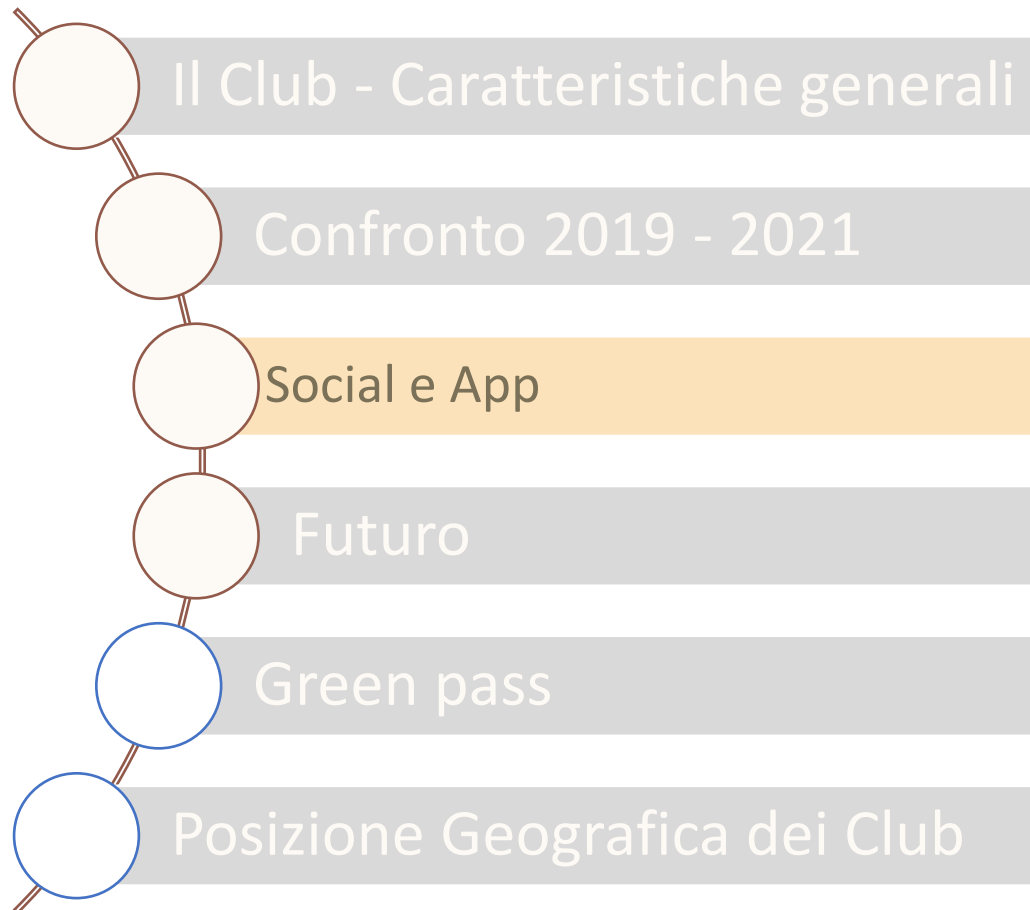
Perdite di Incassi tra 2021 e 2019 (Sett-Dic)



... anche se non viene posta molta attenzione alla sua formazione

Il 35% dei Club non fa corsi di formazione sui sistemi informatici.
 Il 56% circa li fa ogni tanto o raramente, solo l'8,7% li fa abbastanza spesso o molto spesso.

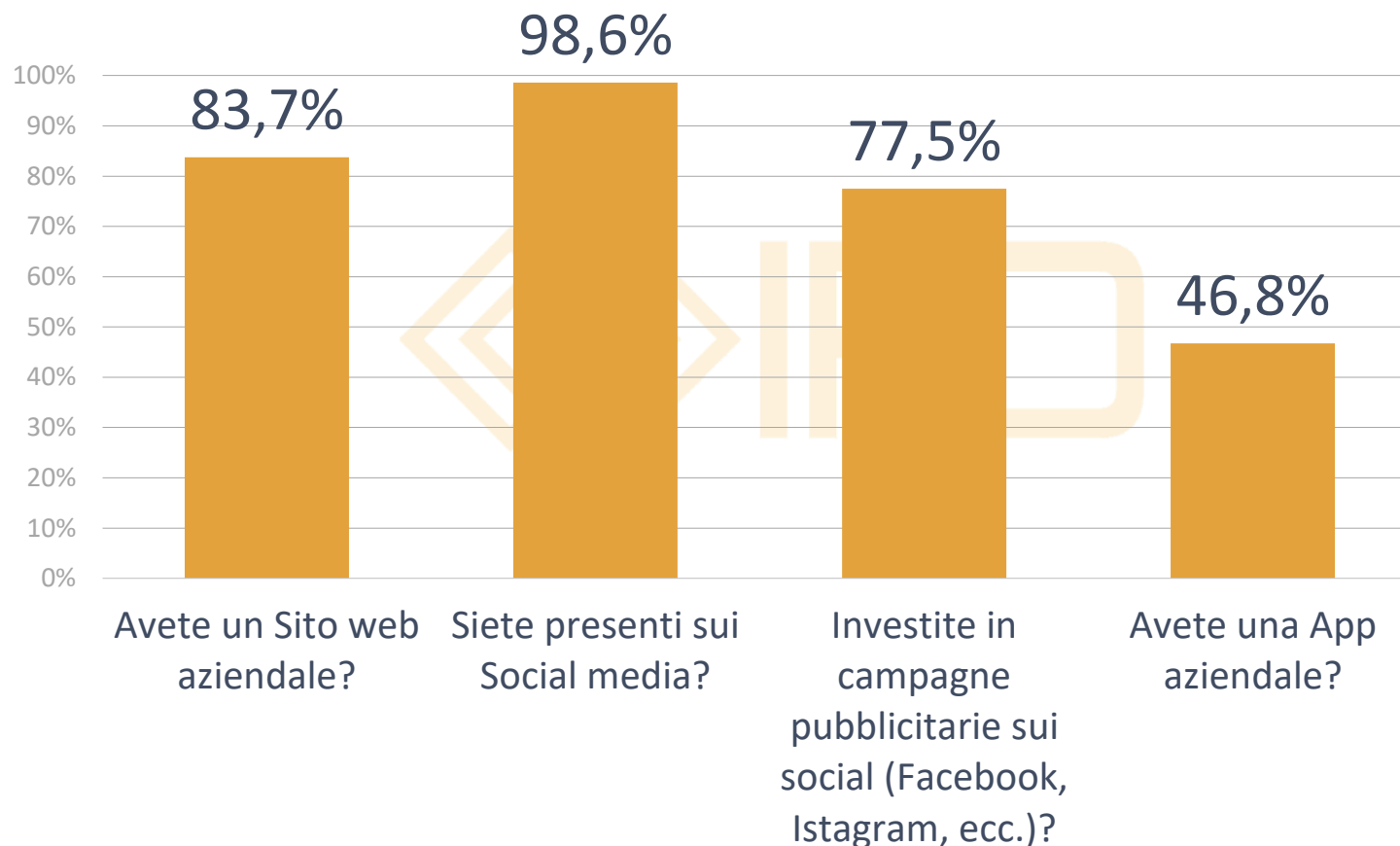


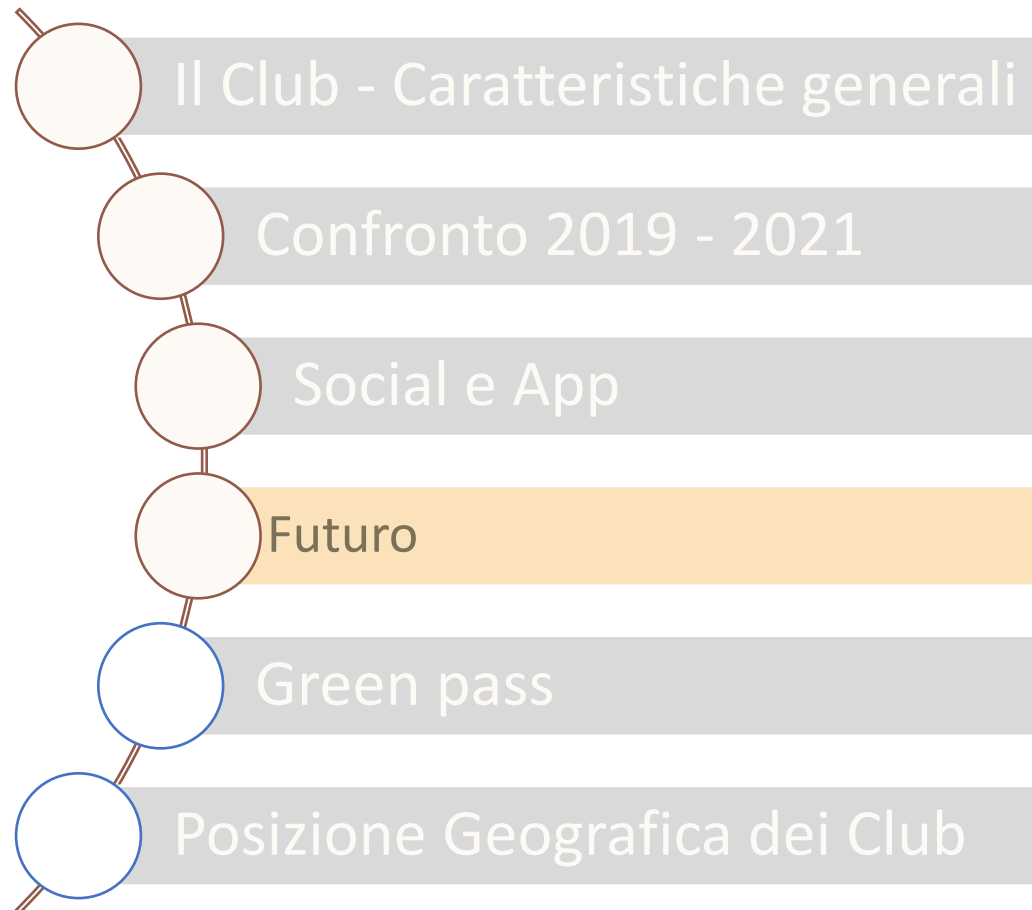


Molta attenzione a Social e Digitale

Quasi il 99% è presente sui social e oltre 3/4 dei club investe in campagne social. L'84% ha un sito web e la metà ha una App aziendale.

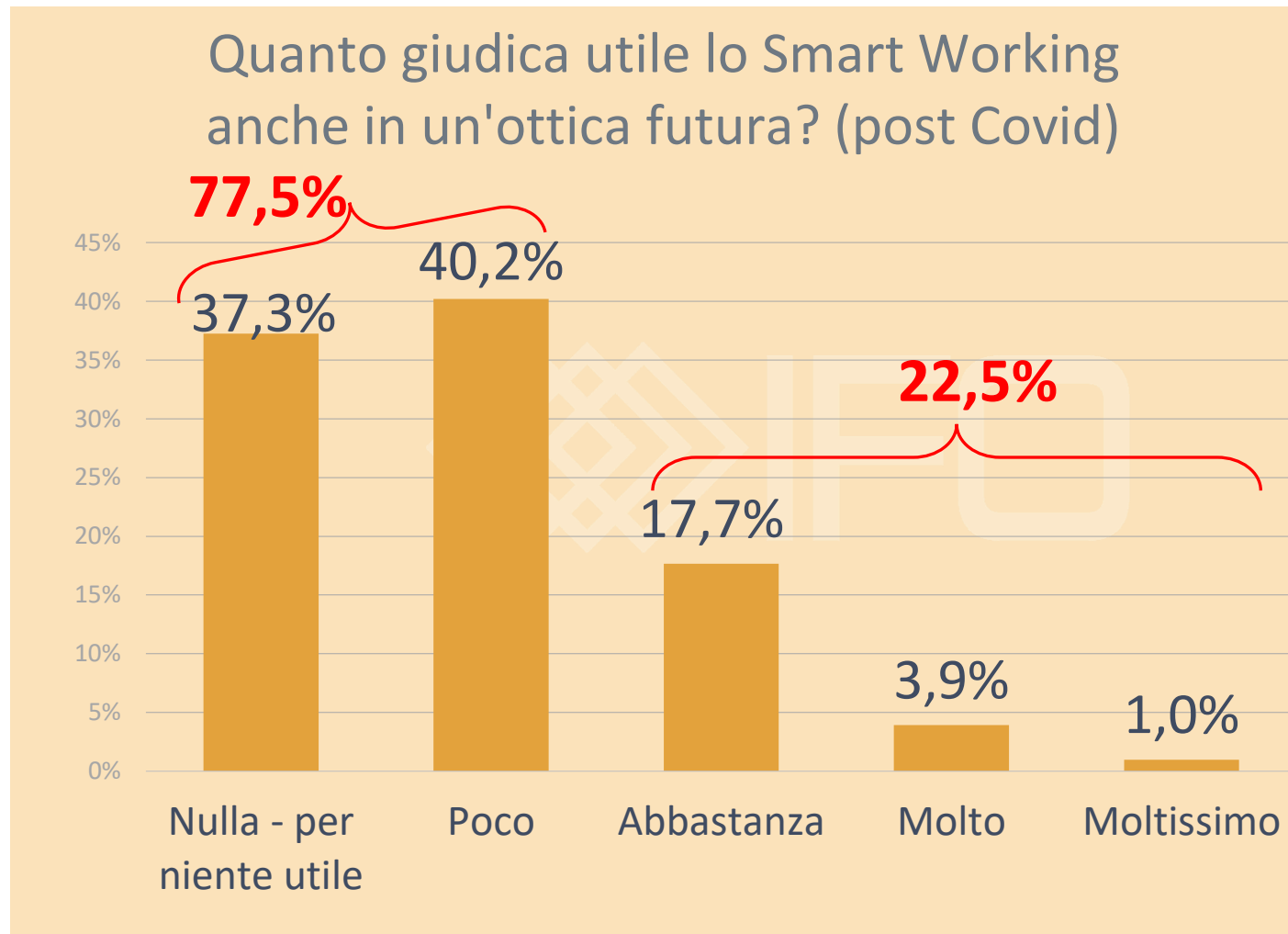
Digitale e promozioni del Club





Lo Smart Working, rimarrà ancora una modalità di lavoro poco utilizzata

Circa il 77% ritiene lo smart working per niente utile o poco utile, mentre il 17% dichiara abbastanza utile. Solo il 5% lo ritiene molto e moltissimo utile.

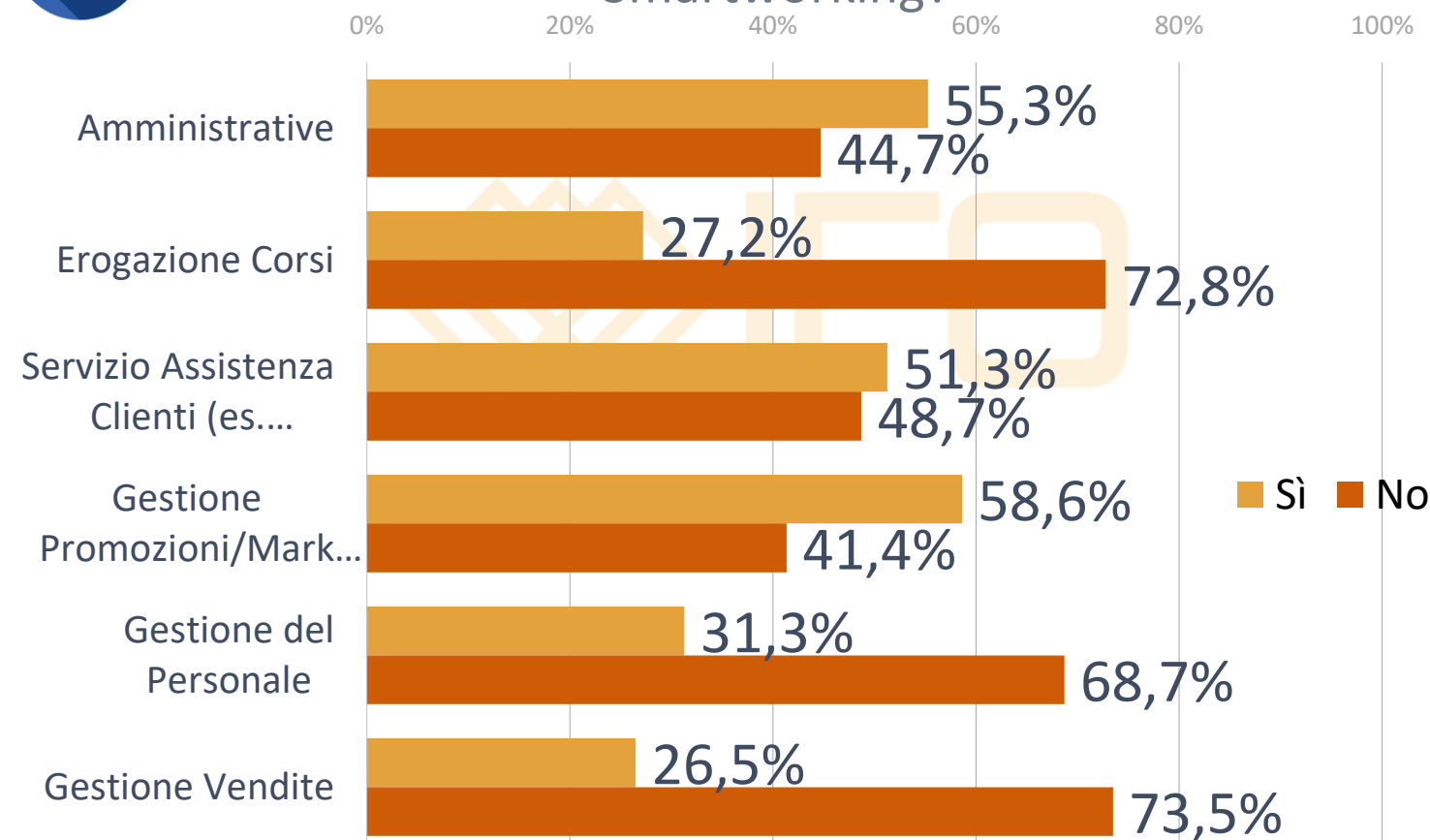


Chi ci crede dove lo userà?

I Club ritengono che lo Smart Working possa essere utilizzato soprattutto per la gestione amministrativa, per la gestione delle promozioni, molto meno per le vendite, per la gestione del personale e per l'erogazione corsi.



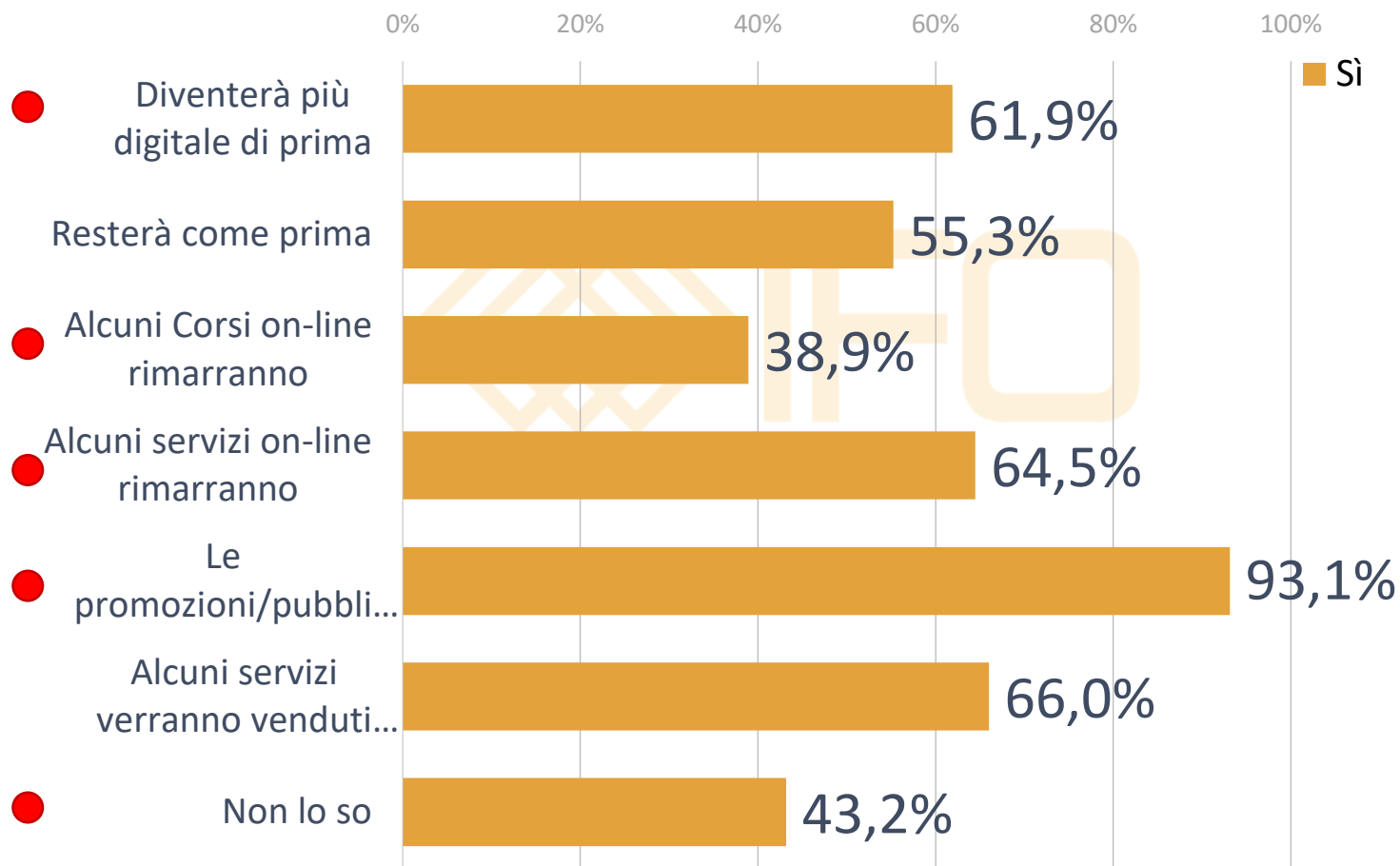
Nel futuro per quali attività pensa di utilizzare lo Smartworking?



Sulla nuova normalità
l'incertezza è ancora
significativa

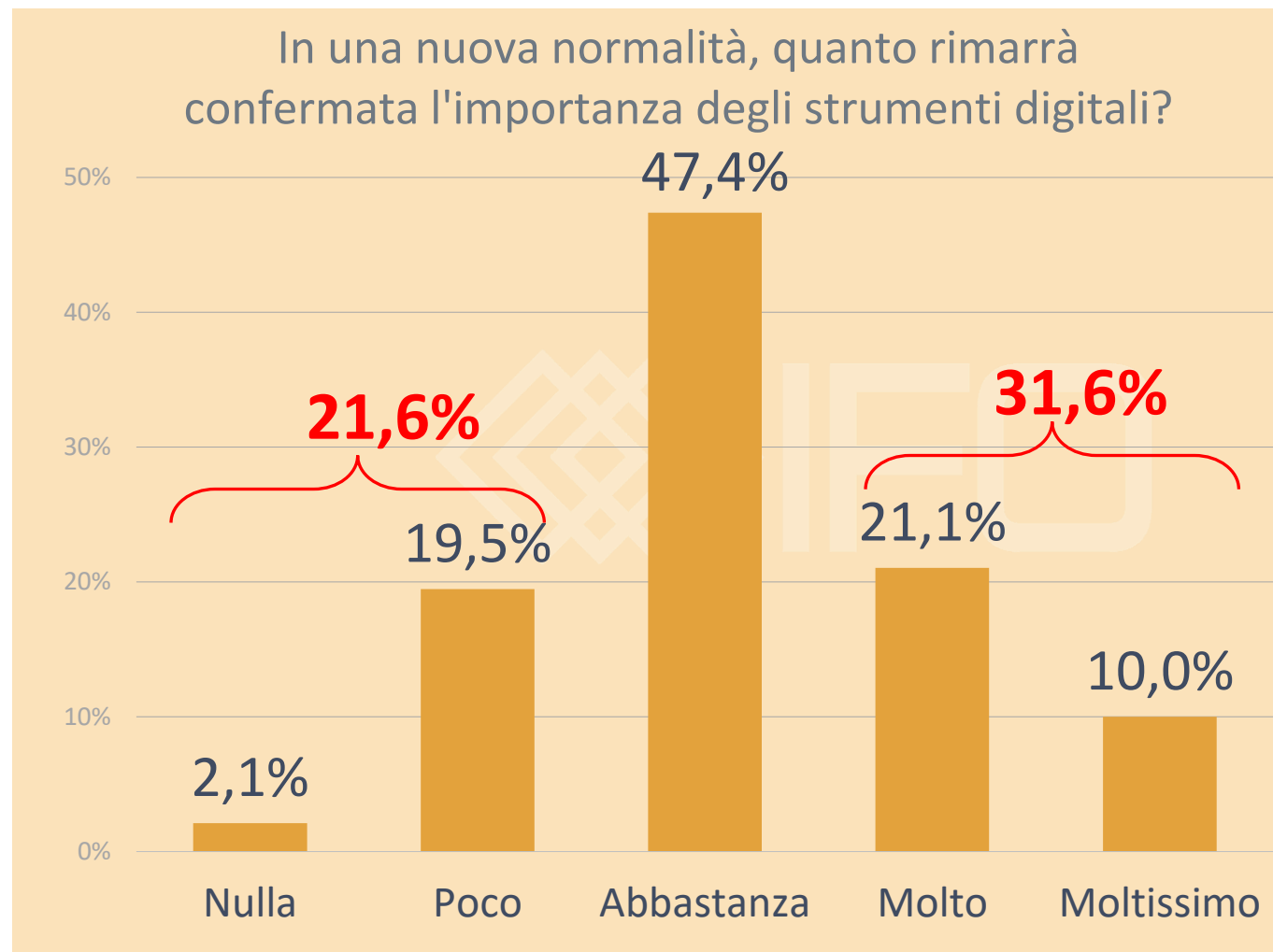
In una nuova normalità
un buon 43,2% è incerto.
I Club ritengono che
il rapporto sarà più digitale di prima.
Gli strumenti digitali
saranno da loro utilizzati
per promozioni e pubblicità,
per erogare alcuni servizi,
ma meno per erogare corsi.

Tornati alla normalità, cambierà la gestione del rapporto tra Club e Clienti?



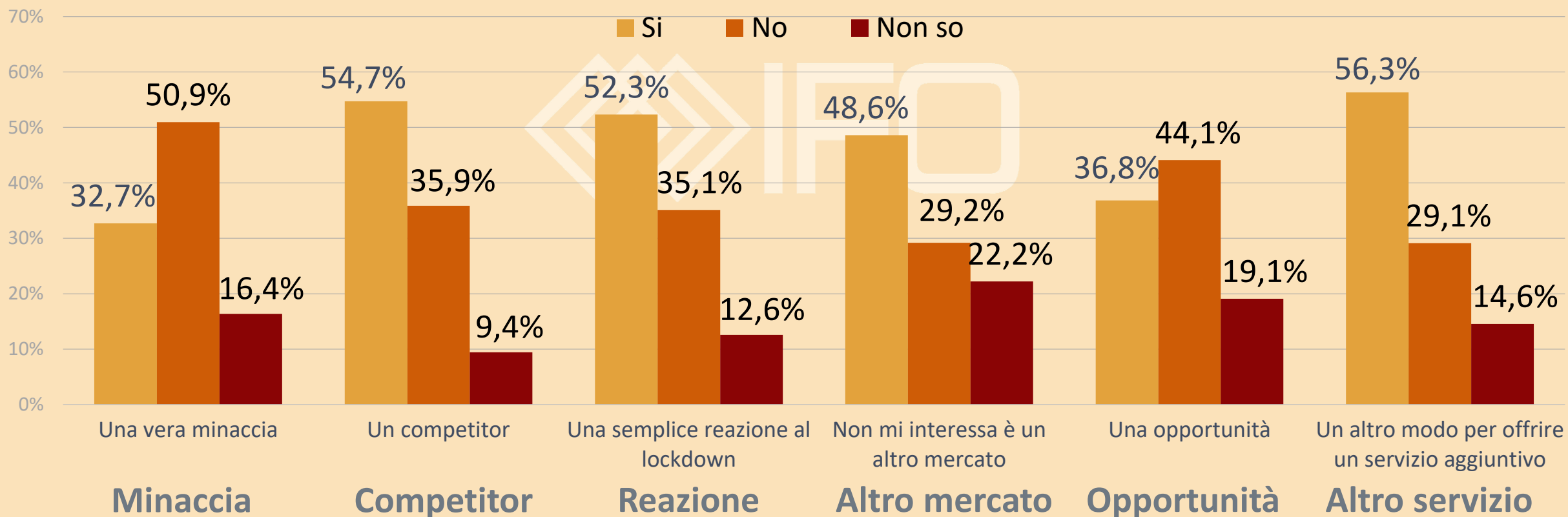
Gli strumenti digitali rimarranno importanti

In una nuova normalità l'importanza degli strumenti digitali sarà confermata. Oltre il 31% ritiene che lo sarà molto o moltissimo. Il 47% dice che lo sarà abbastanza, mentre il 22% poco o niente.



Il fitness on-line è visto anche come competitor

Come considera il fitness on-line per il futuro del vostro Club?



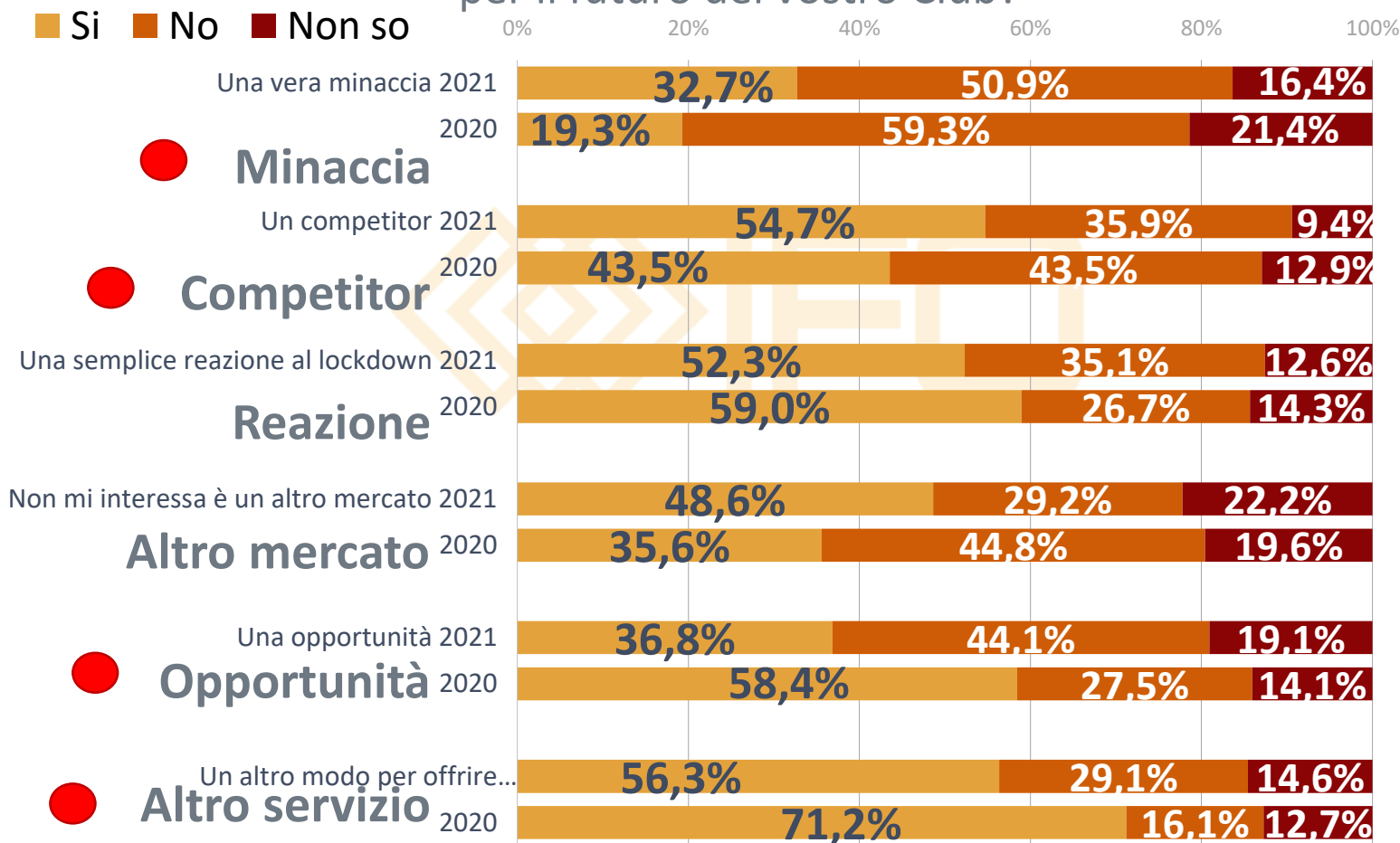


Cresce la paura del Fitness on-line

La visione rispetto allo scorso anno è completamente mutata su molti aspetti. Quasi 1/3 dei Club ritiene il fitness online una vera minaccia (solo il 19% nel 2020). Quasi il 55% lo vede come un Competitor (il 43% nel 2020).

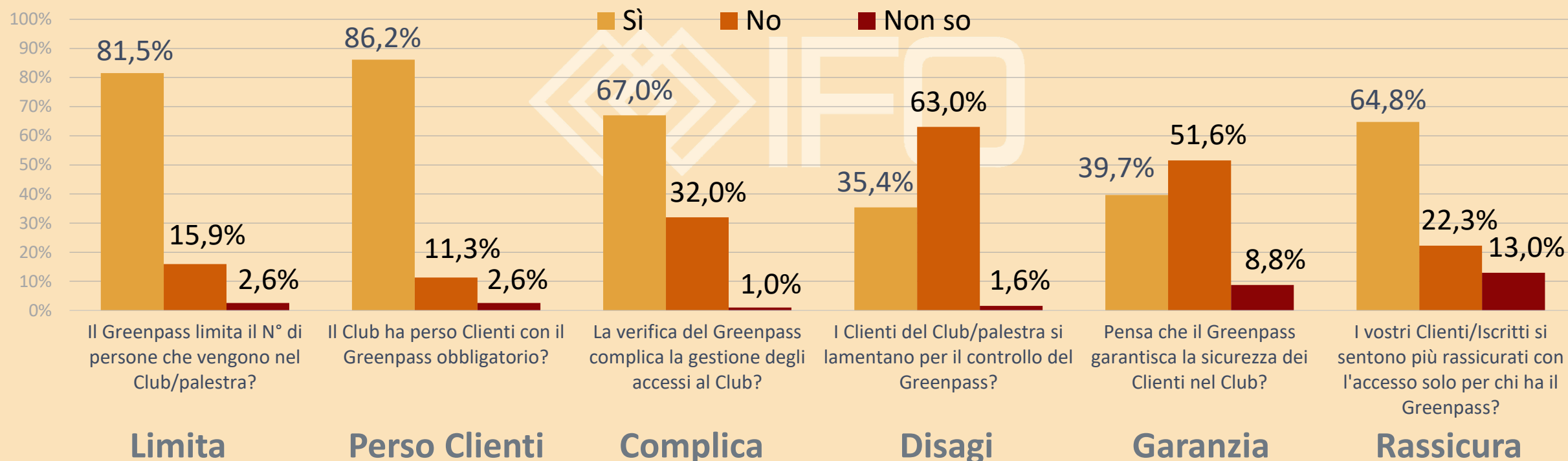
Solo il 36% una opportunità (Nel 2020 quasi il 60% lo riteneva tale). Ed è sceso dal 71% al 56% il numero dei club che lo ritenevano un modo per fornire un servizio aggiuntivo.

Confronto 2020/21 - Come considera il fitness on-line per il futuro del vostro Club?



Green pass: due percezioni differenti

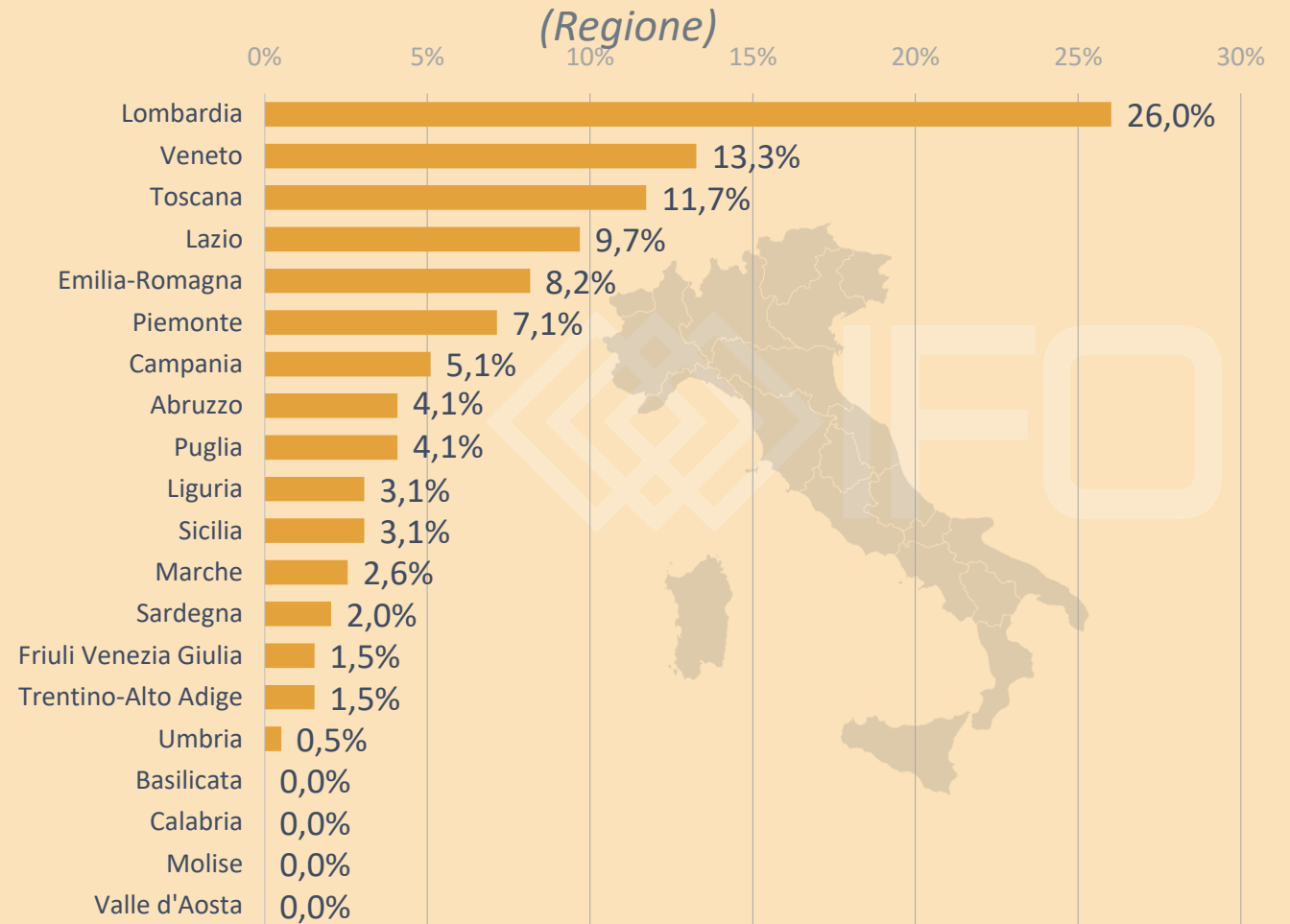
Analisi utilizzo del Green pass



Da dove hanno risposto al questionario i Club italiani?

Il questionario è stato inviato a Club su tutto il territorio italiano. Il nostro invito era di rispondere in forma totalmente anonima. Unico dato la "provenienza" per una analisi territoriale. Questa la distribuzione delle risposte arrivate da 264 Club di ogni regione.

Posizione sul territorio del Club





Fitness User – Iscritti in Italia 2022

Ricerca di Mercato
Giugno-Luglio 2022

Main Sponsor



FOLLOW
US

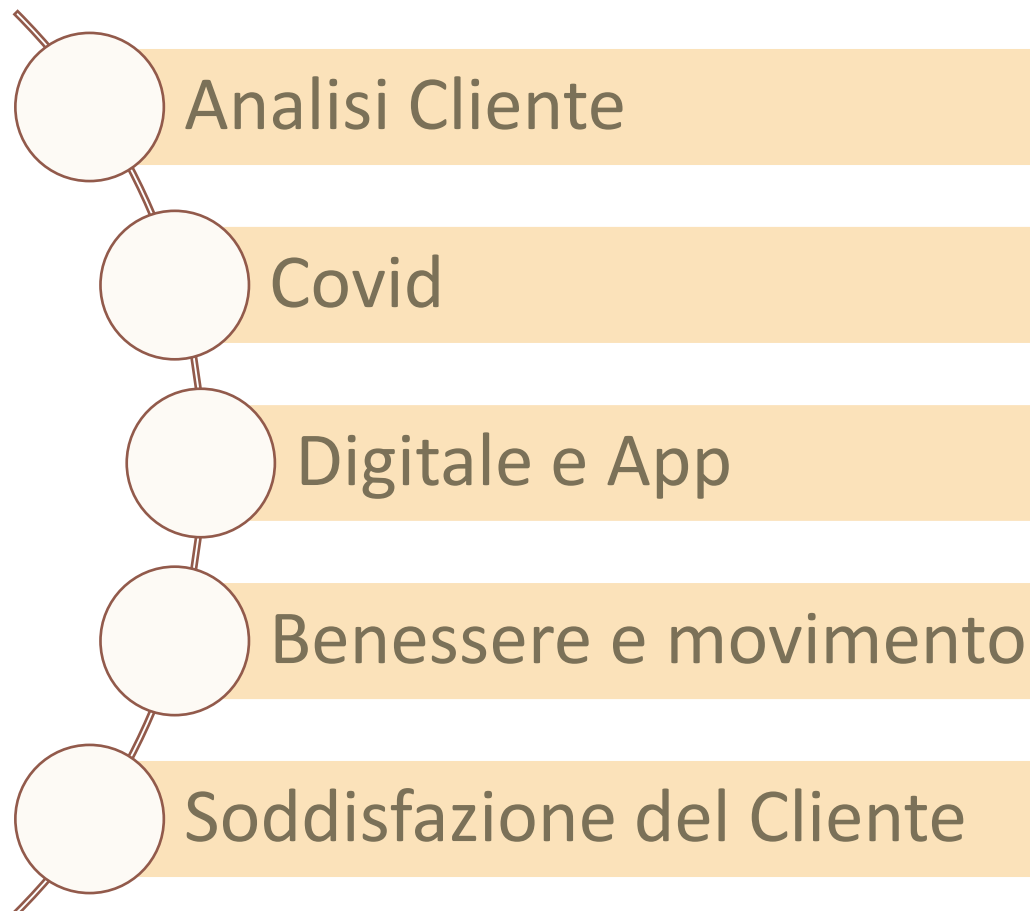
  [FORUMCLUB.IT](https://www.forumclub.it)

Bologna

al Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

FORUMCLUB



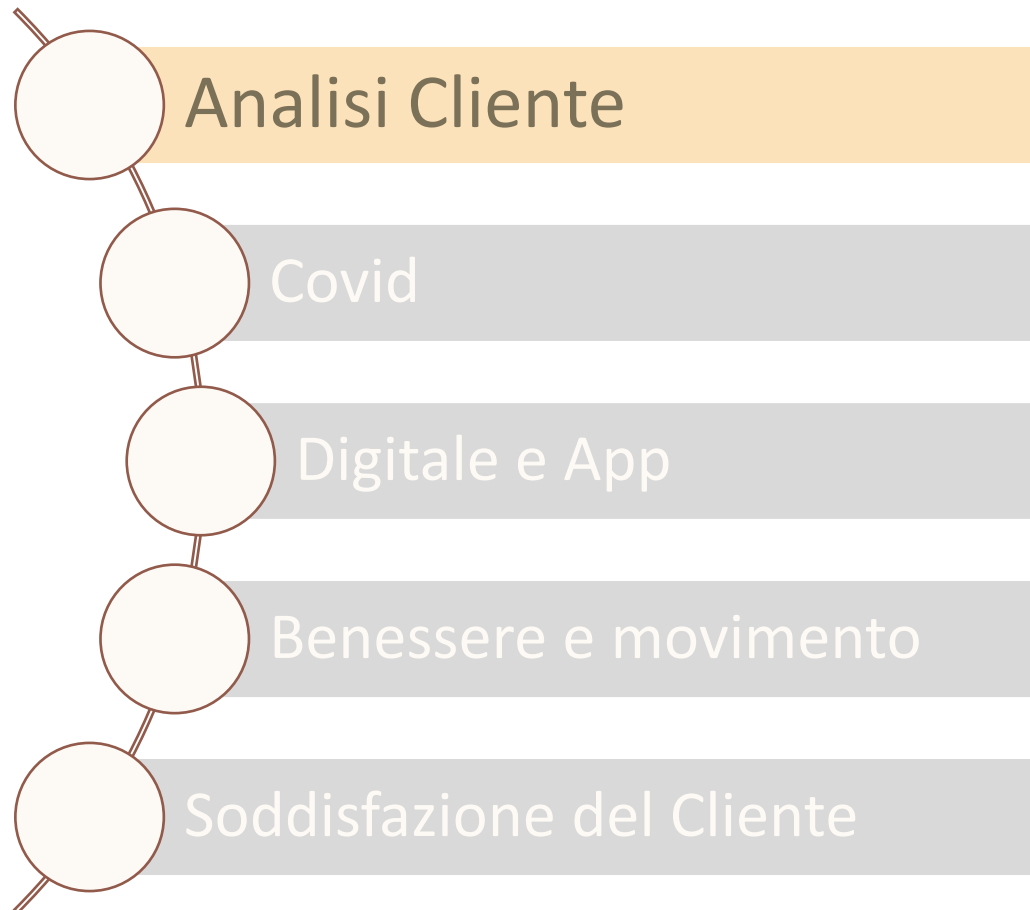
IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

  FORUMCLUB.IT

FOLLOW US
FORUMCLUB



IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

  FORUMCLUB.IT

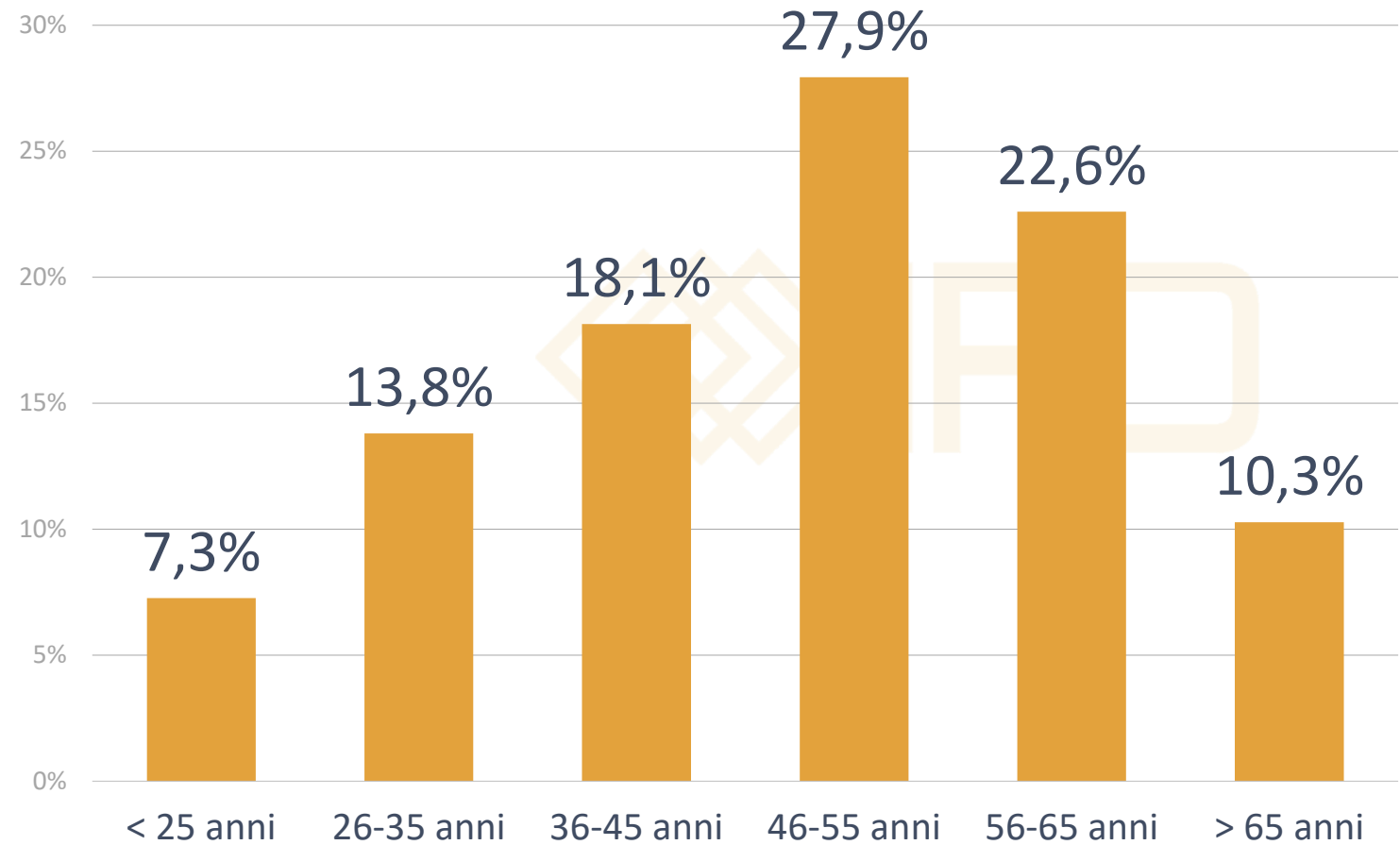
FORUMCLUB

FOLLOW
US

Chi frequenta le palestre?

Un pubblico abbastanza ben distribuito, tranne la fascia giovani sotto i 25 anni (7,3%), con un picco tra i 46-55 anni (27,9%).

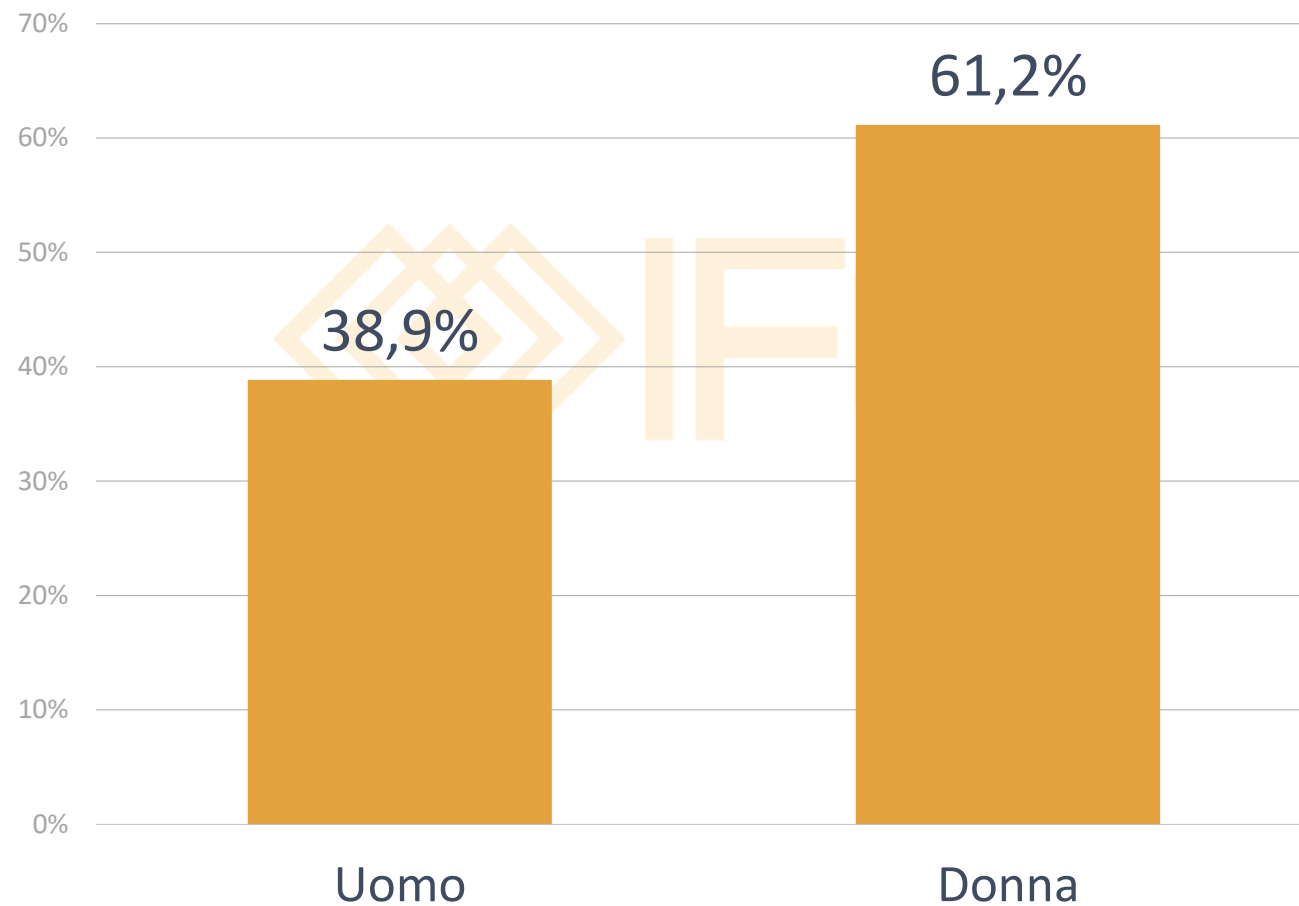
Età dei frequentanti i Club



Uomini o Donne?

Le donne hanno risposto al questionario più numerose (61%) rispetto agli uomini (39%).

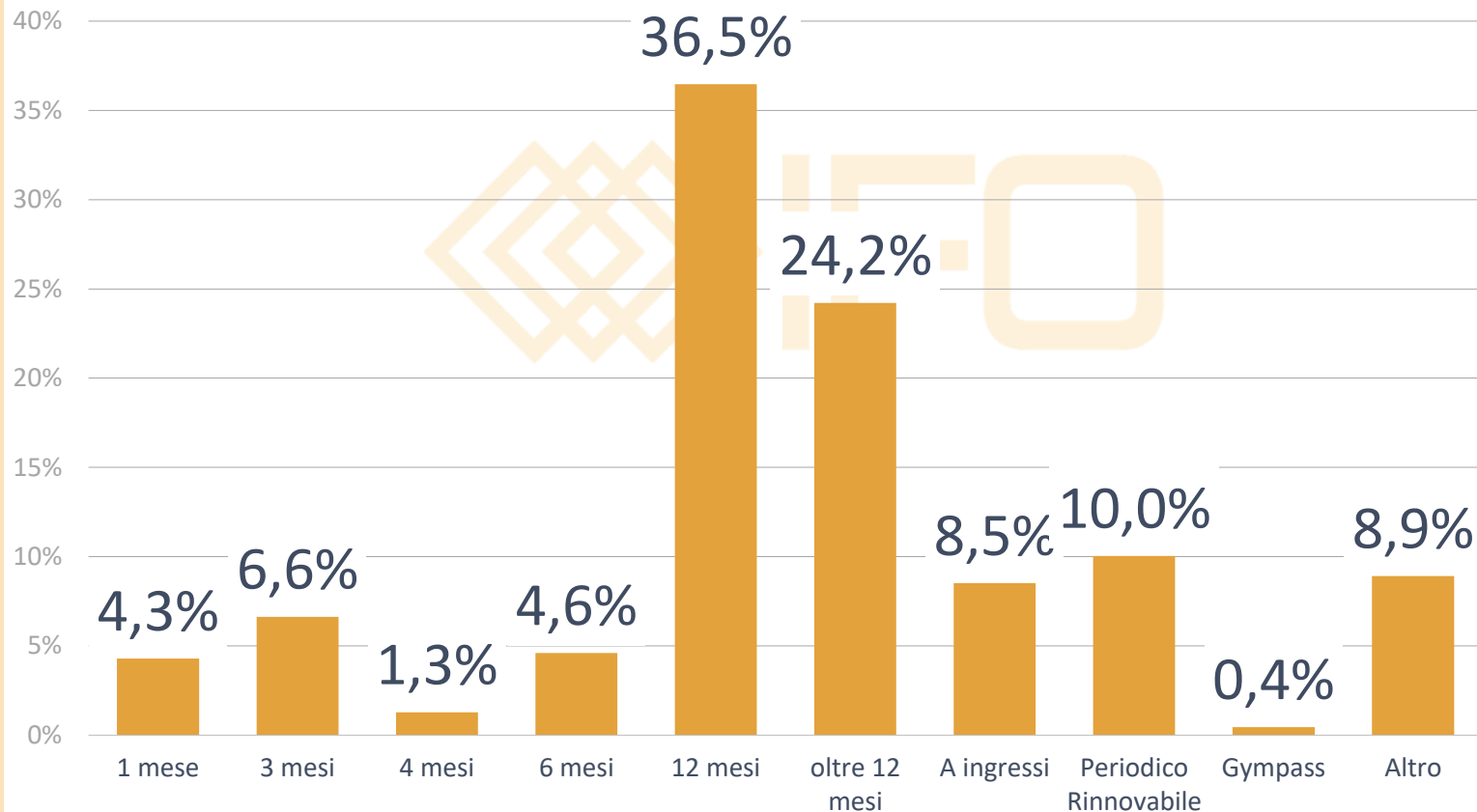
Uomini & Donne



Quale durata di abbonamento?

Gli iscritti preferiscono abbonamenti lunghi, di 12 mesi e oltre (60%).

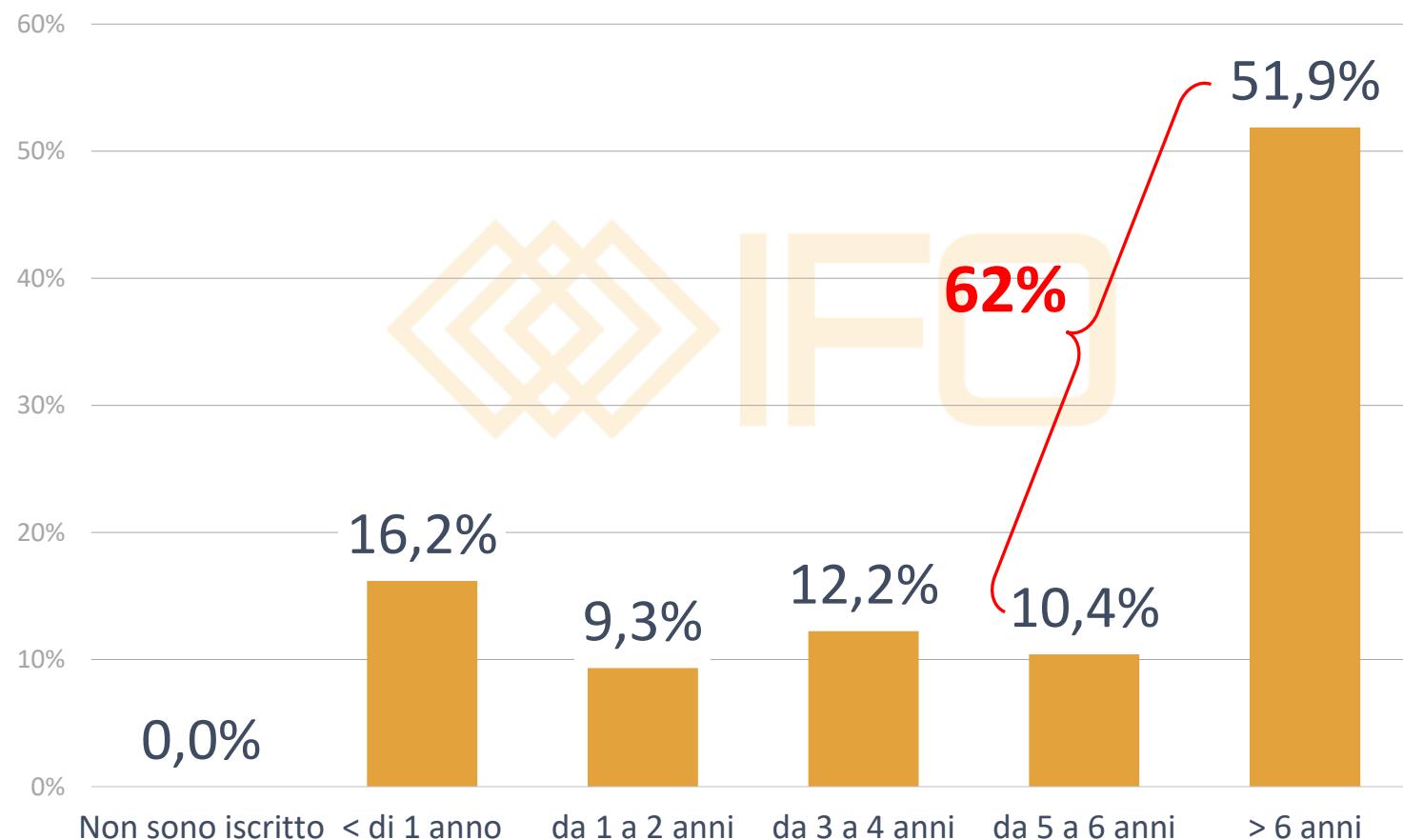
Che tipo di abbonamento hai? (per durata)



Un pubblico che guarda al proprio benessere da tempo

Il 62% delle persone hanno deciso da più di 5 anni di guardare al movimento per il loro benessere. Anche il 16% ha deciso di iniziare questo cammino.

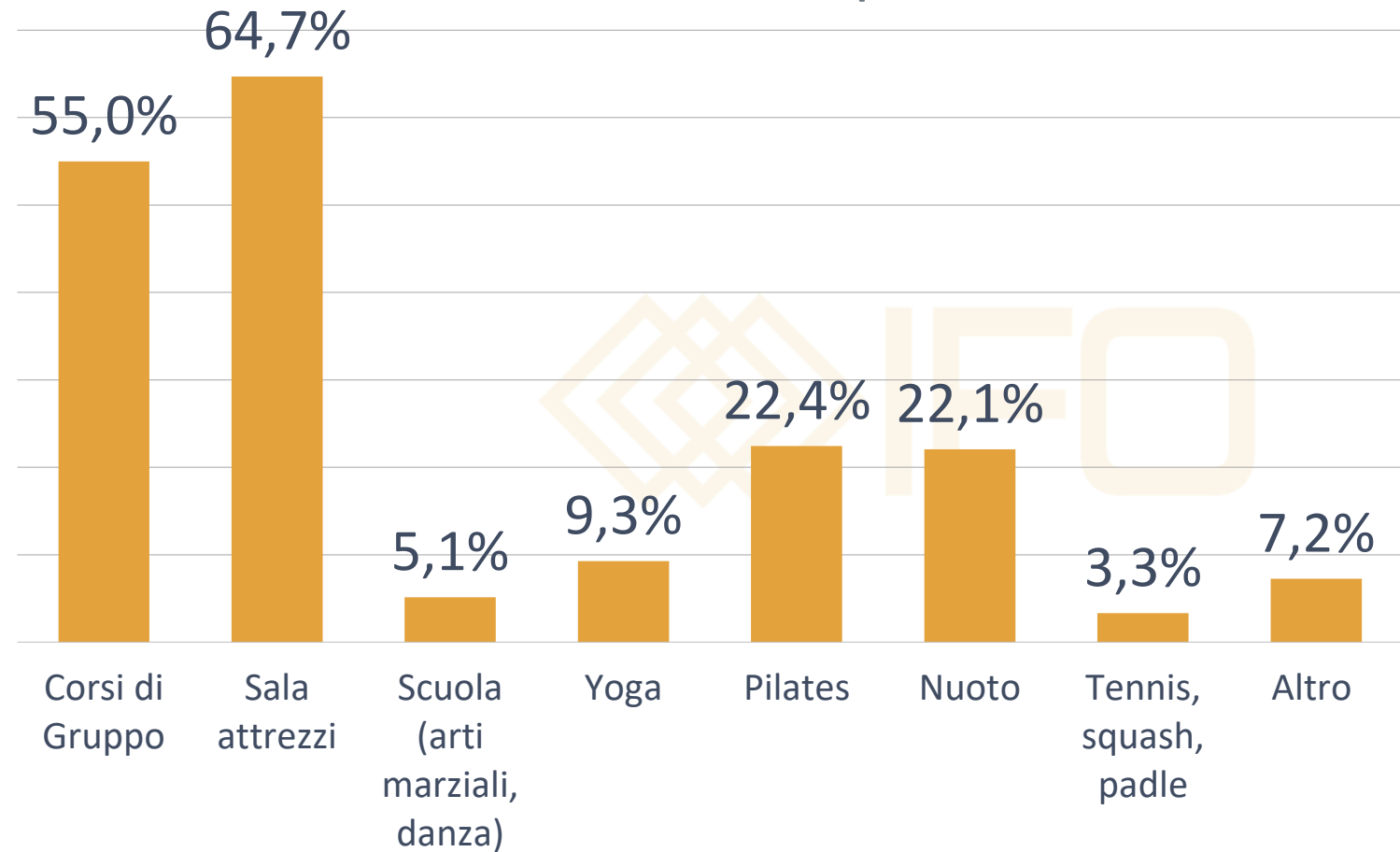
Da quanto tempo frequenti una palestra?



Che attività svolgono in palestra gli iscritti?

Sala attrezzi 65% e Corsi collettivi con oltre il 55% la fanno da leone. Poi il nuoto e Pilates oltre il 22% e Yoga il 9,3%.

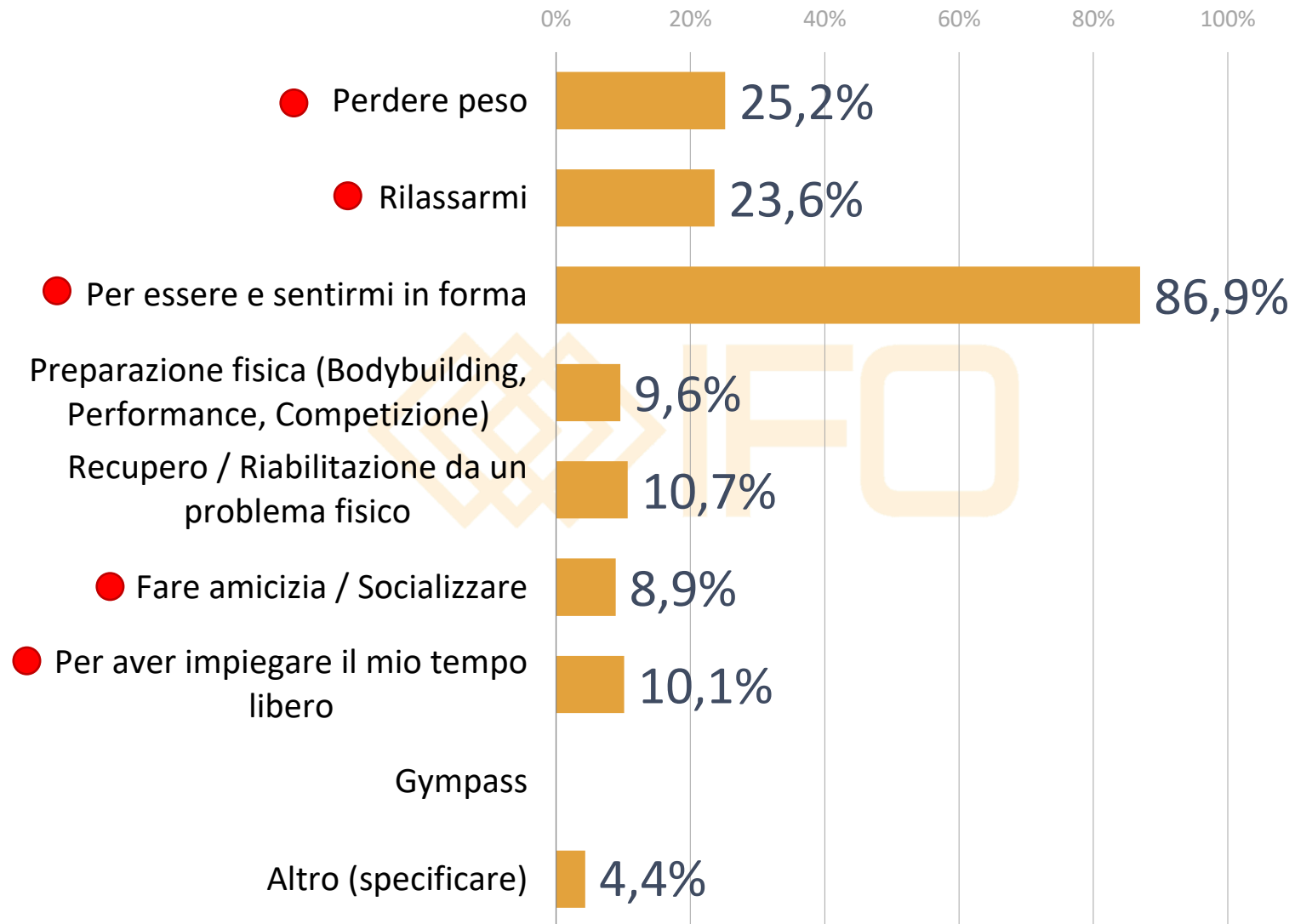
Attività svolta in palestra



Essere e sentirsi in forma

Circa l'87% vuole sentirsi ed essere in forma. Il 23% vuole rilassarsi e il 25% perdere peso. Solo circa il 9% dichiara di essere interessati a socializzare e fare amicizia.

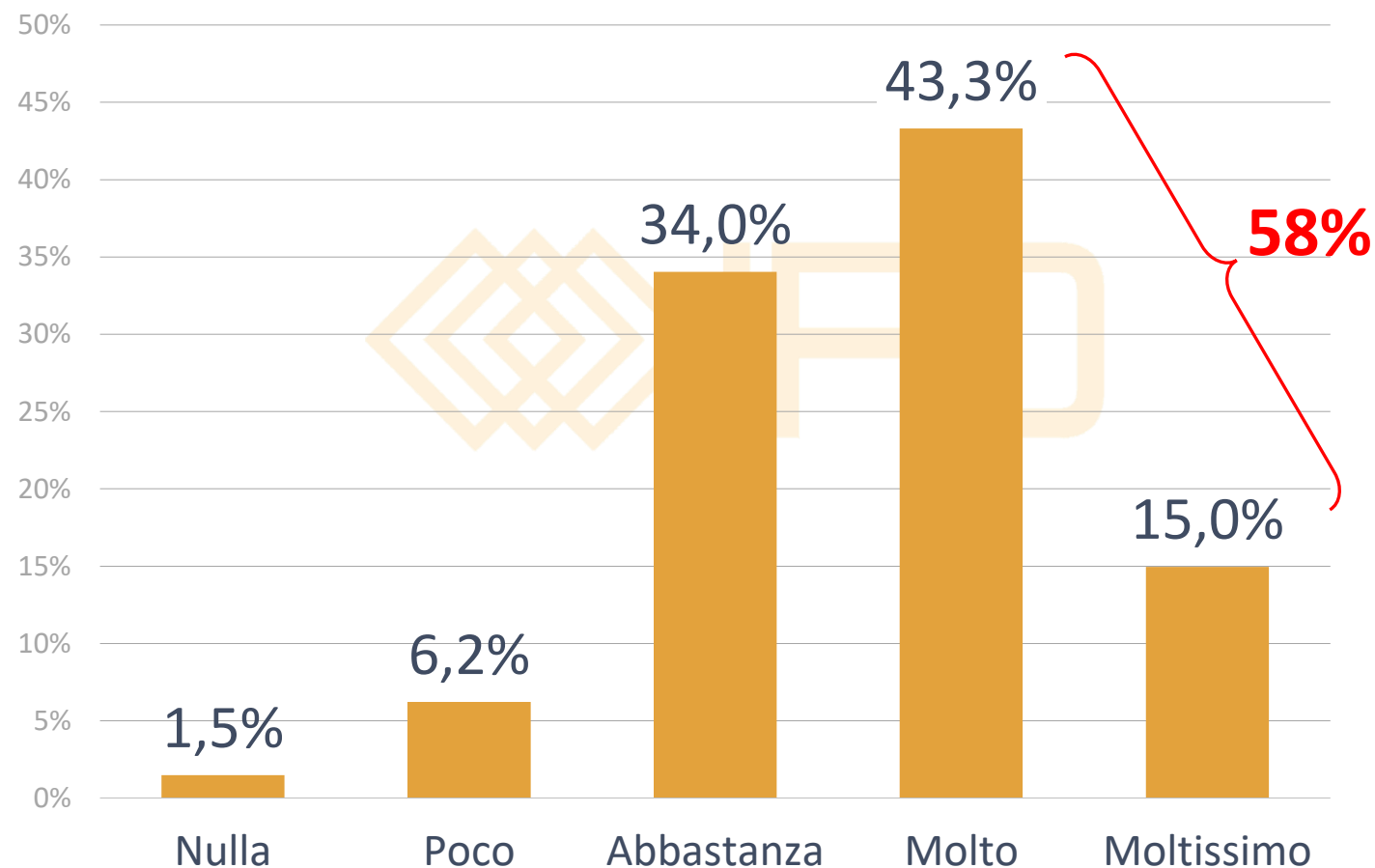
Perchè hai deciso di andare in palestra?



Quanto ti piace andare in palestra?

Piace molto andare in palestra

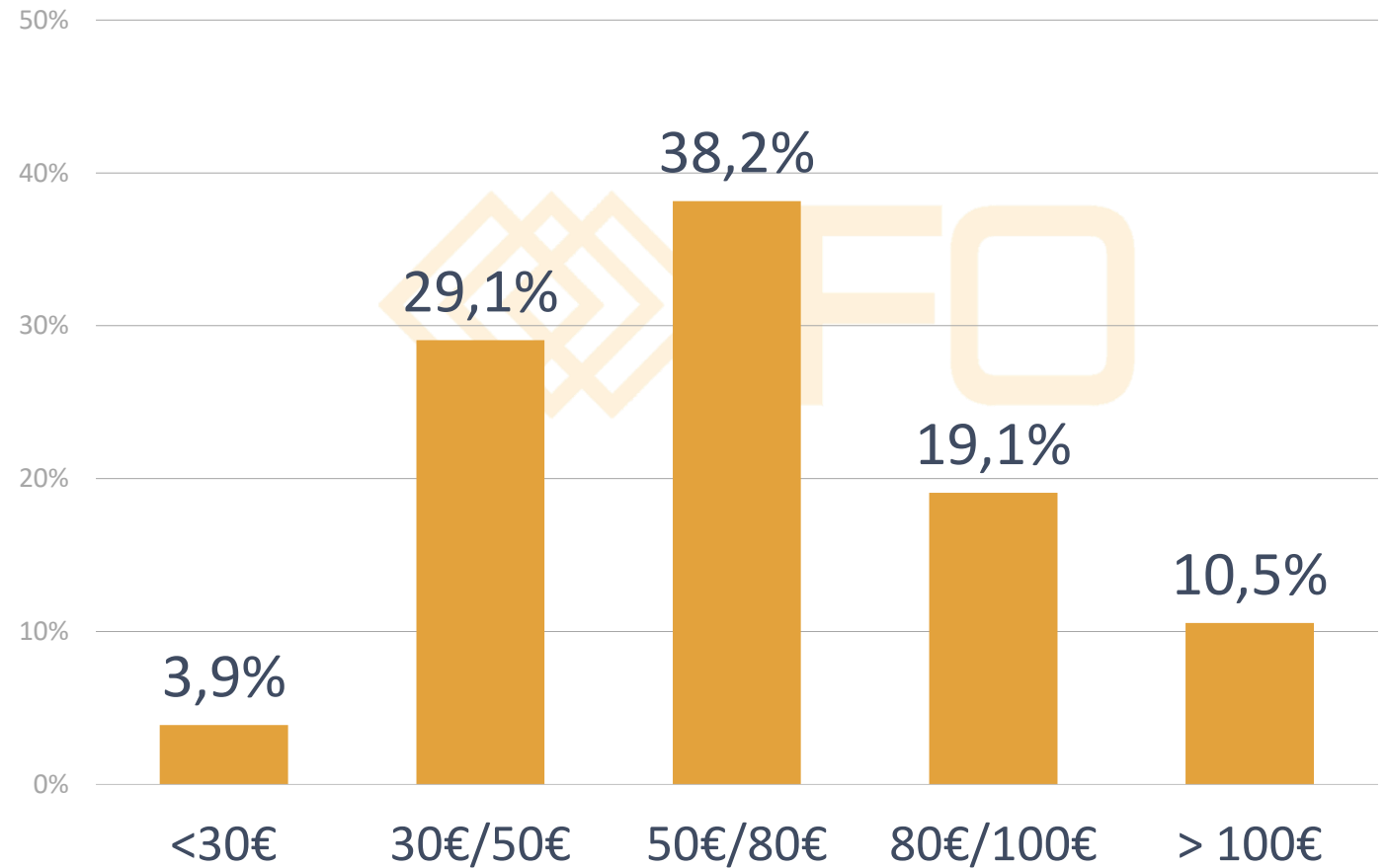
Andare in palestra piace «molto e moltissimo» ad oltre il 58% delle persone. Al 34% piace «abbastanza» e «poco» al 6,2%.

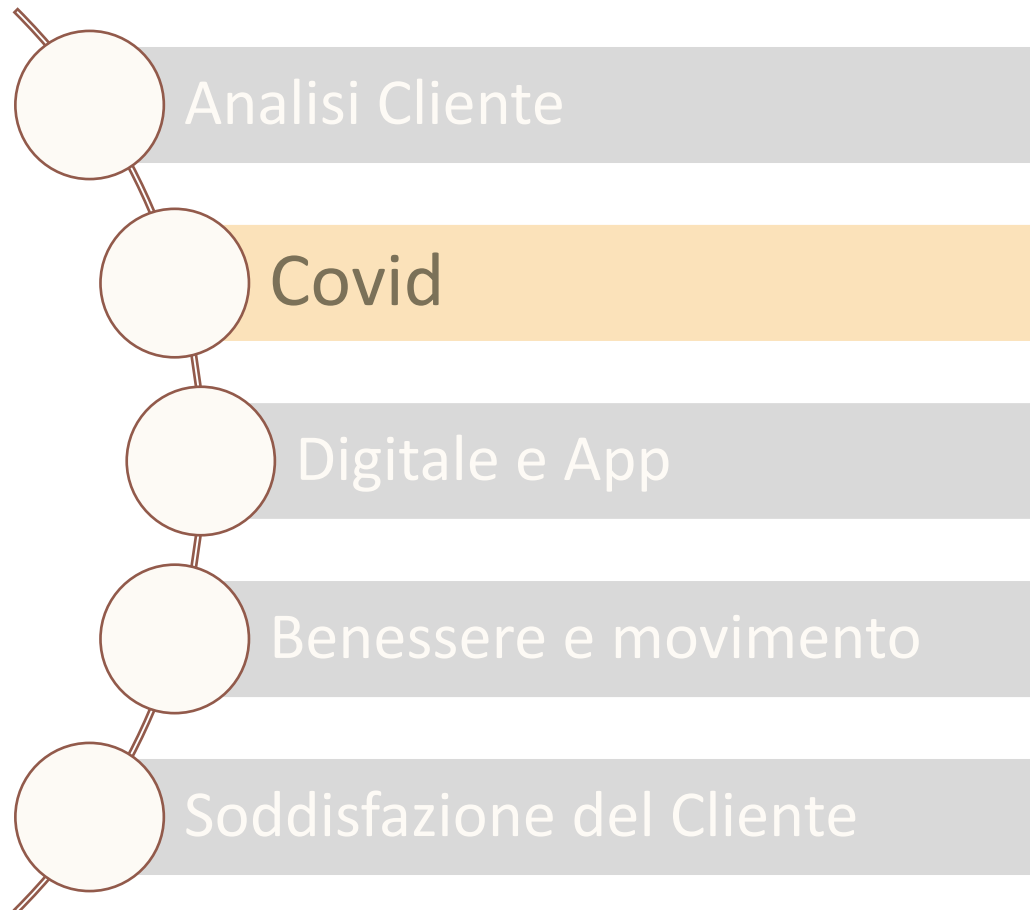


Investire sul benessere

Circa il 67% delle persone ha deciso di investire sul proprio benessere con abbonamenti di qualità da 50€ mensili sino a 100€ e oltre. 1/3 comprime i costi.

Costo mensile del tuo abbonamento (indicativo)





IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

  **FORUMCLUB.IT**

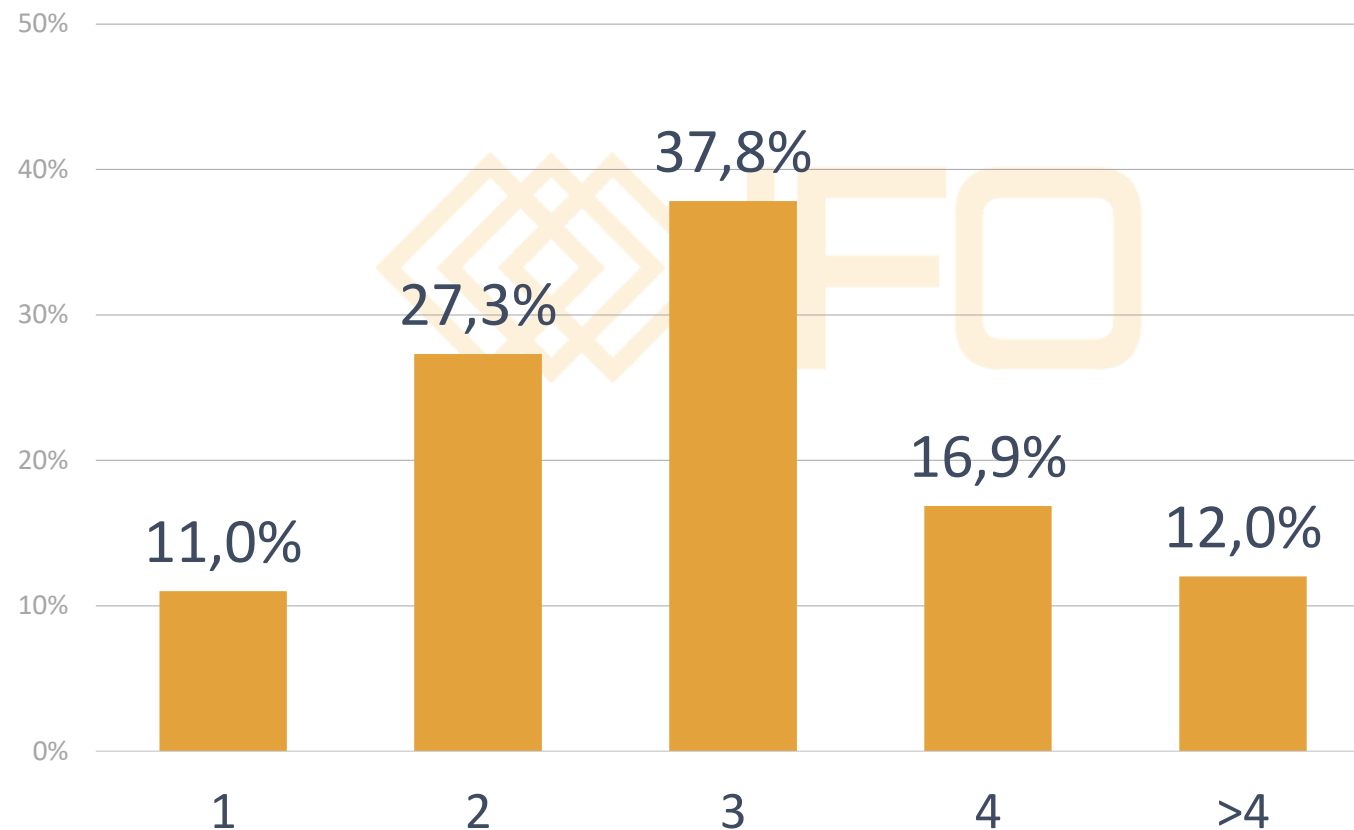
FORUMCLUB

FOLLOW
US

Alta frequenza

Oltre il 38% degli iscritti frequenta una palestra almeno 3 volte. Il 17% 4 volte e addirittura quasi il 12% più di 4 volte la settimana. Il 27% 2 volte e il 11% una volta.

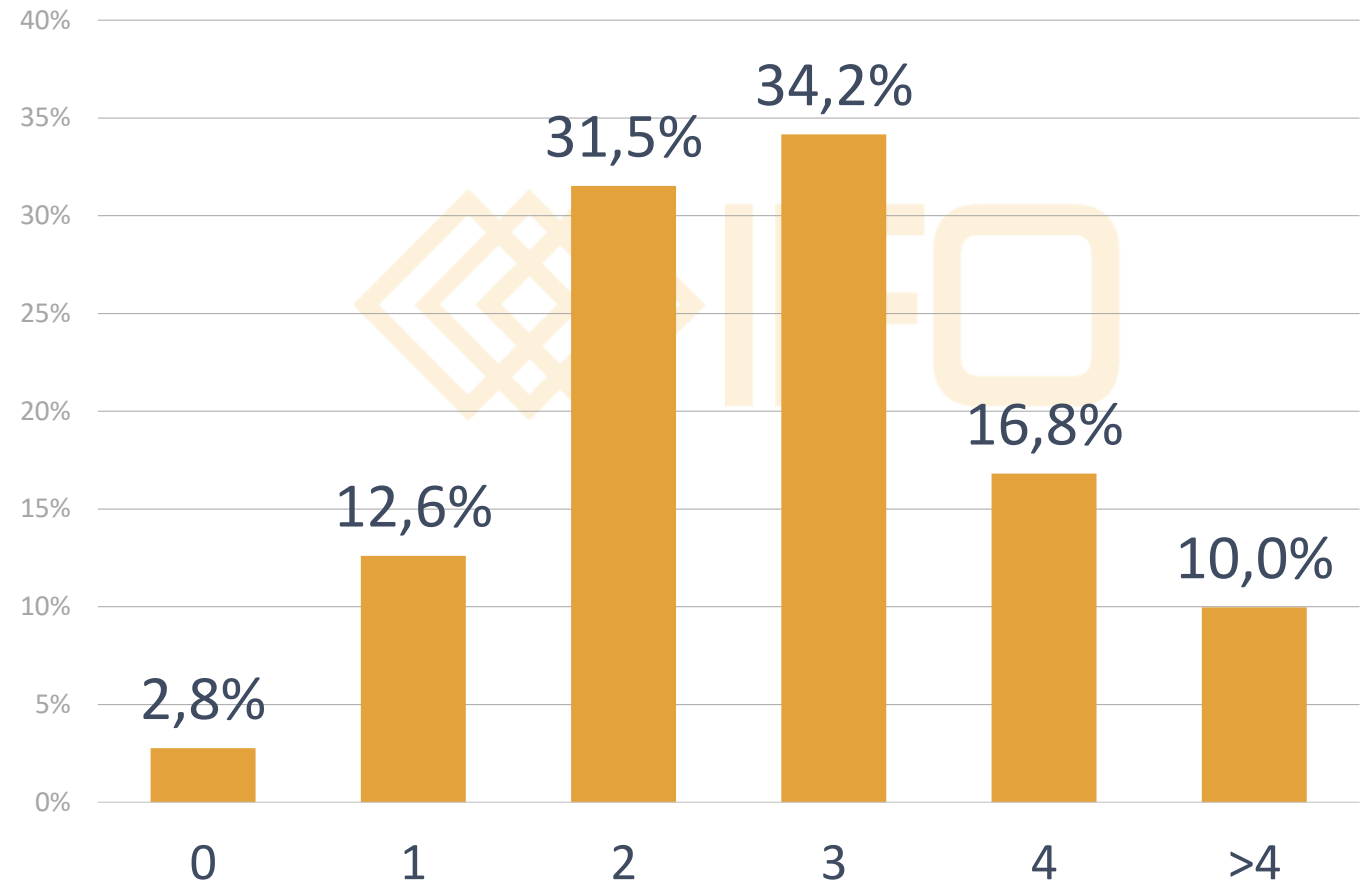
Prima del Covid quante volte andavi in palestra alla settimana?



Alta frequenza anche dopo il Covid

La frequenza di una palestra, anche dopo il Covid, è leggermente minore, ma è sempre alta come prima del lockdown.

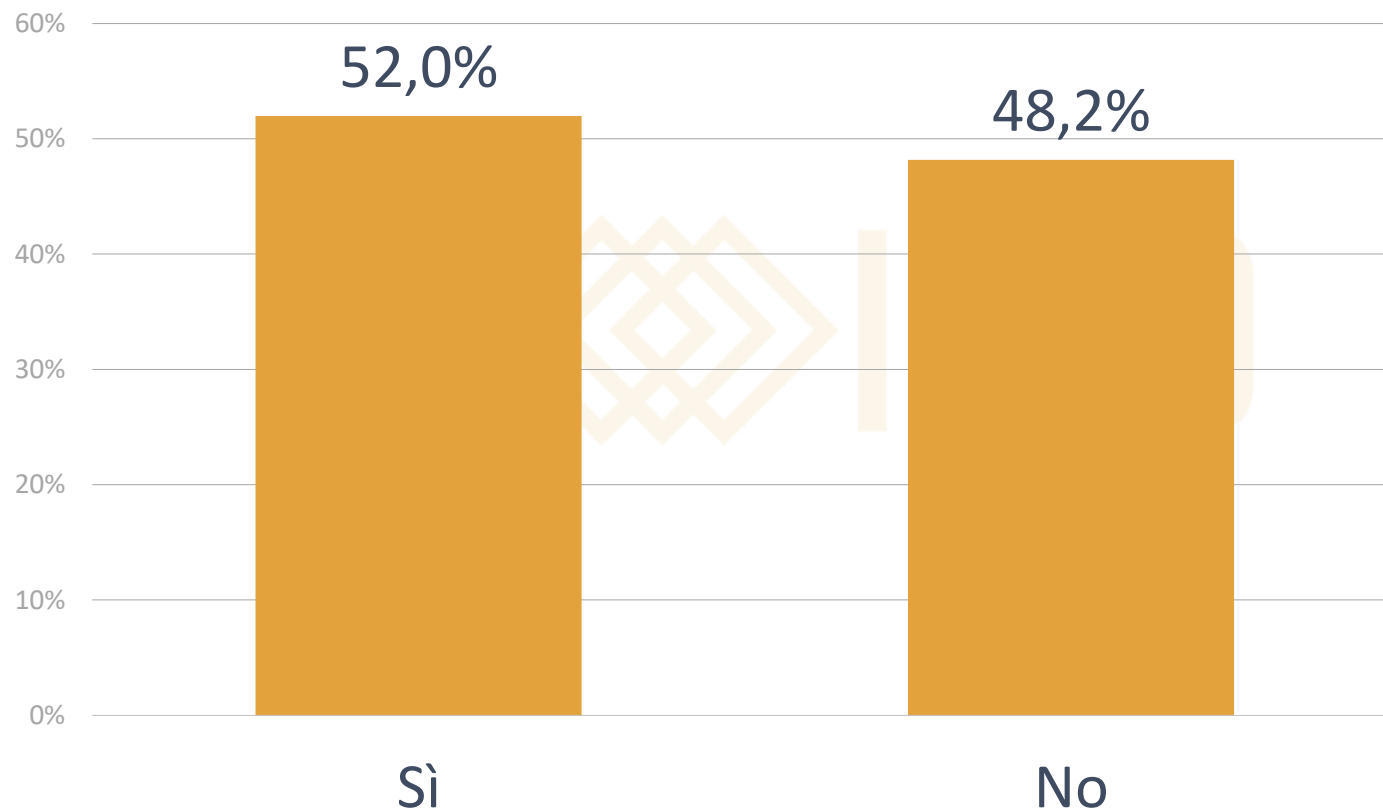
Attualmente quante volte vai in palestra la settimana?



Home fitness durante il Covid?

L'Home fitness ha riscosso successo in poco più della metà delle persone, mentre il 48% ha dichiarato di non essersi allenato a casa.

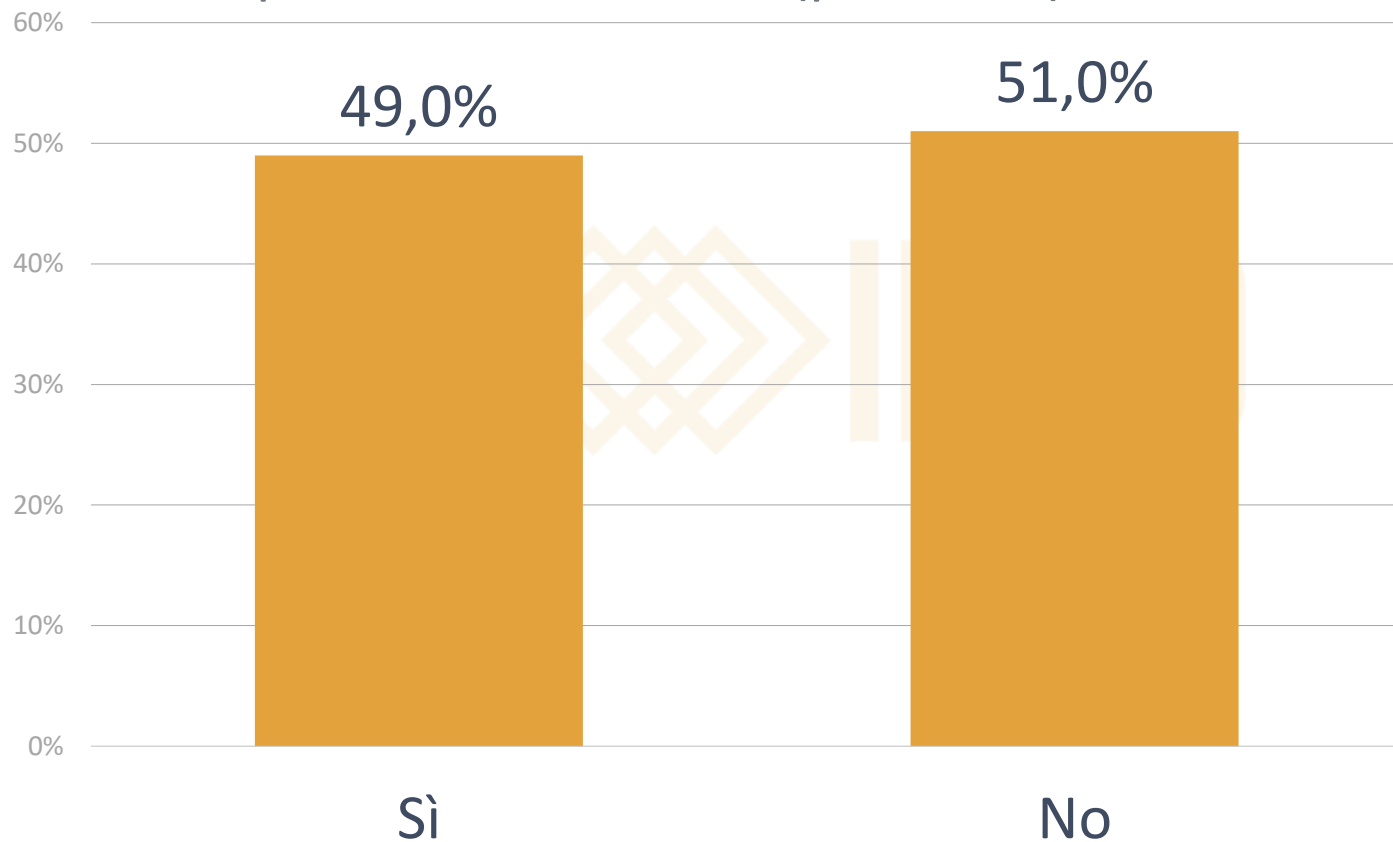
Quando erano chiuse le palestre, ti allenavi con costanza da casa?



Home fitness Acquisti

Circa la metà delle persone ha acquistato attrezzature per allenarsi a casa, mentre l'altra metà **no**.

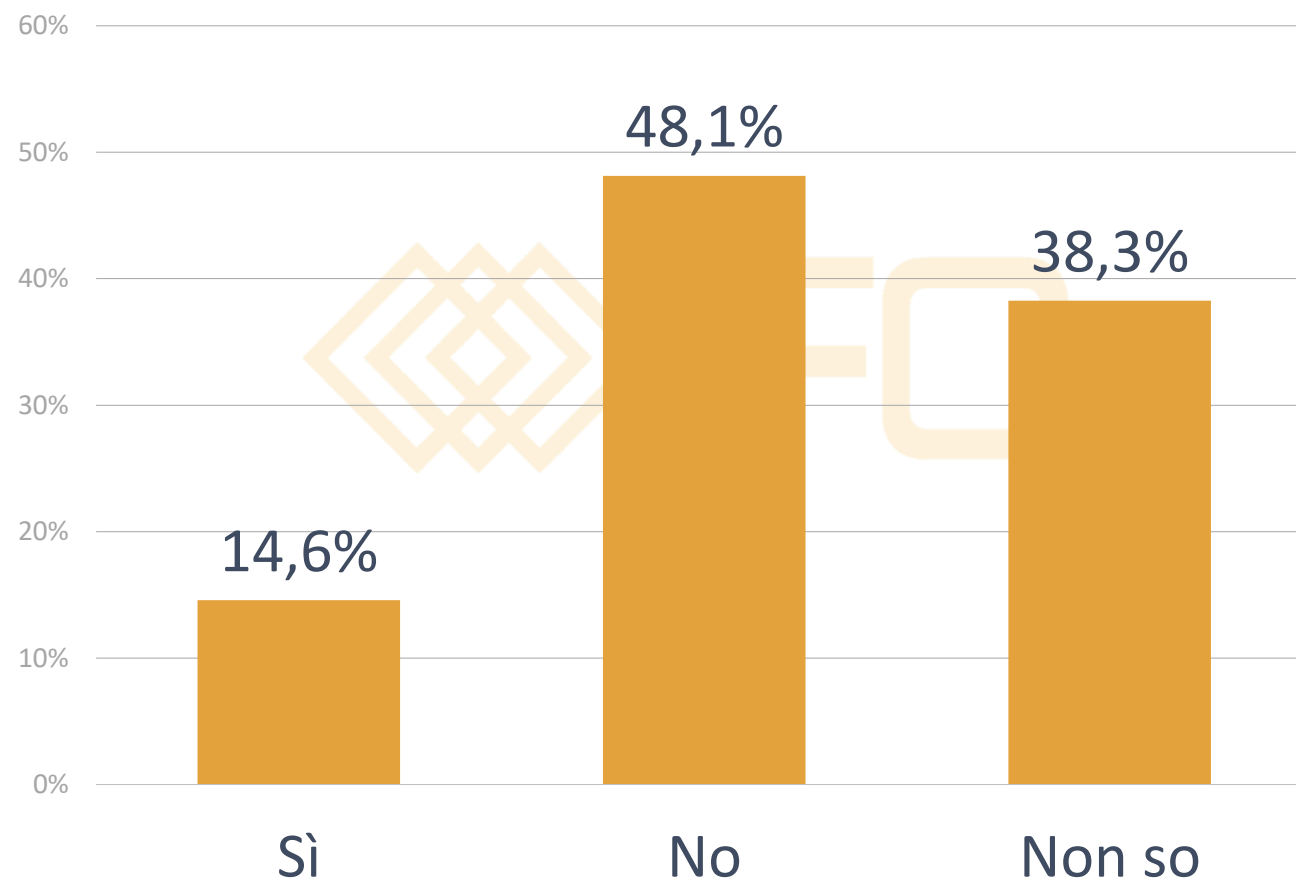
Hai acquistato attrezzature nel lockdown per allenarti a casa? (pesi, ecc.)?



Home fitness Futuro

Oltre il 48% non pensa di acquistare attrezzature per l'home fitness, il 14,6% lo farà mentre poco più del 38% è indeciso.

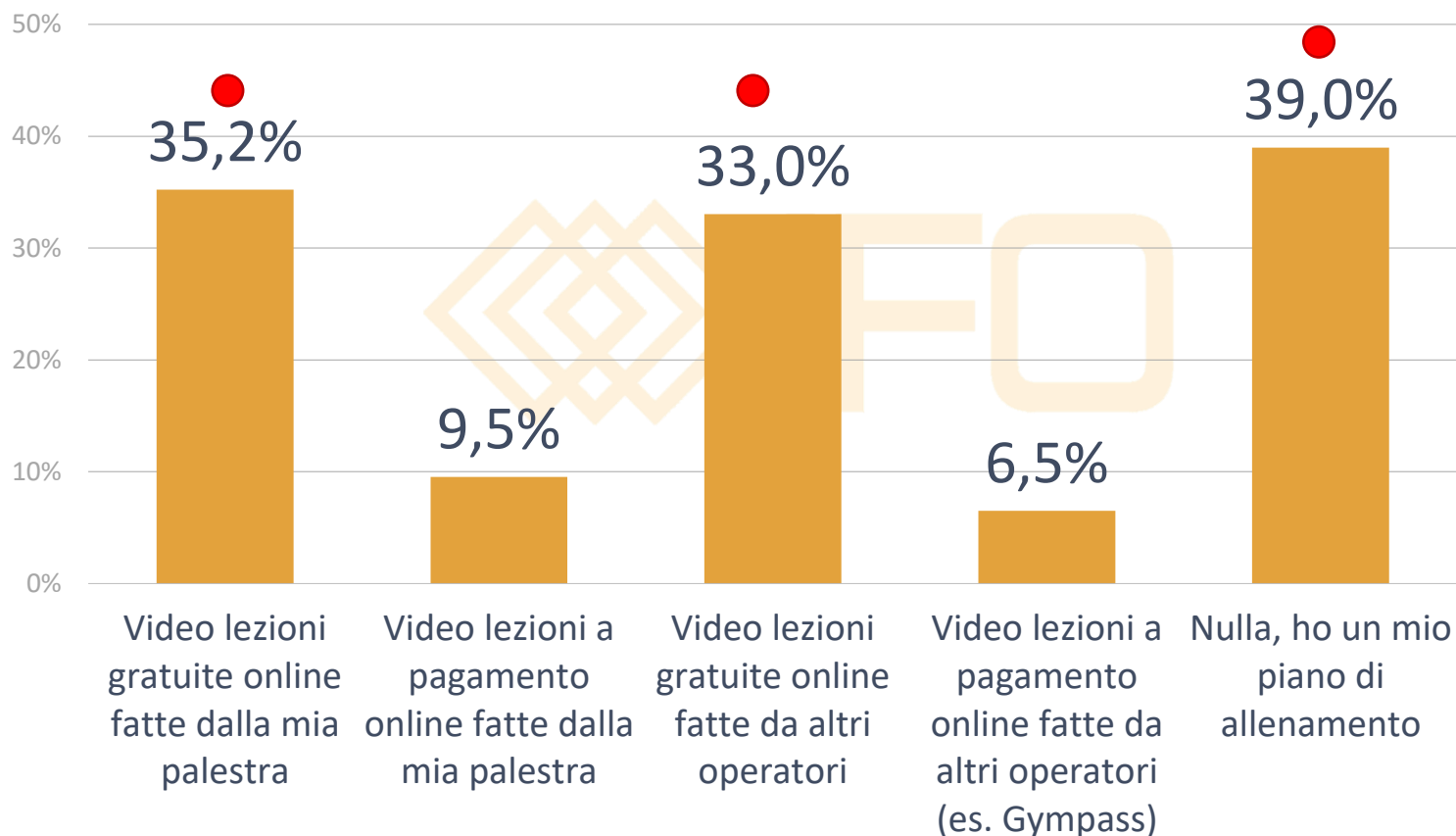
Pensi di acquistarle in futuro?

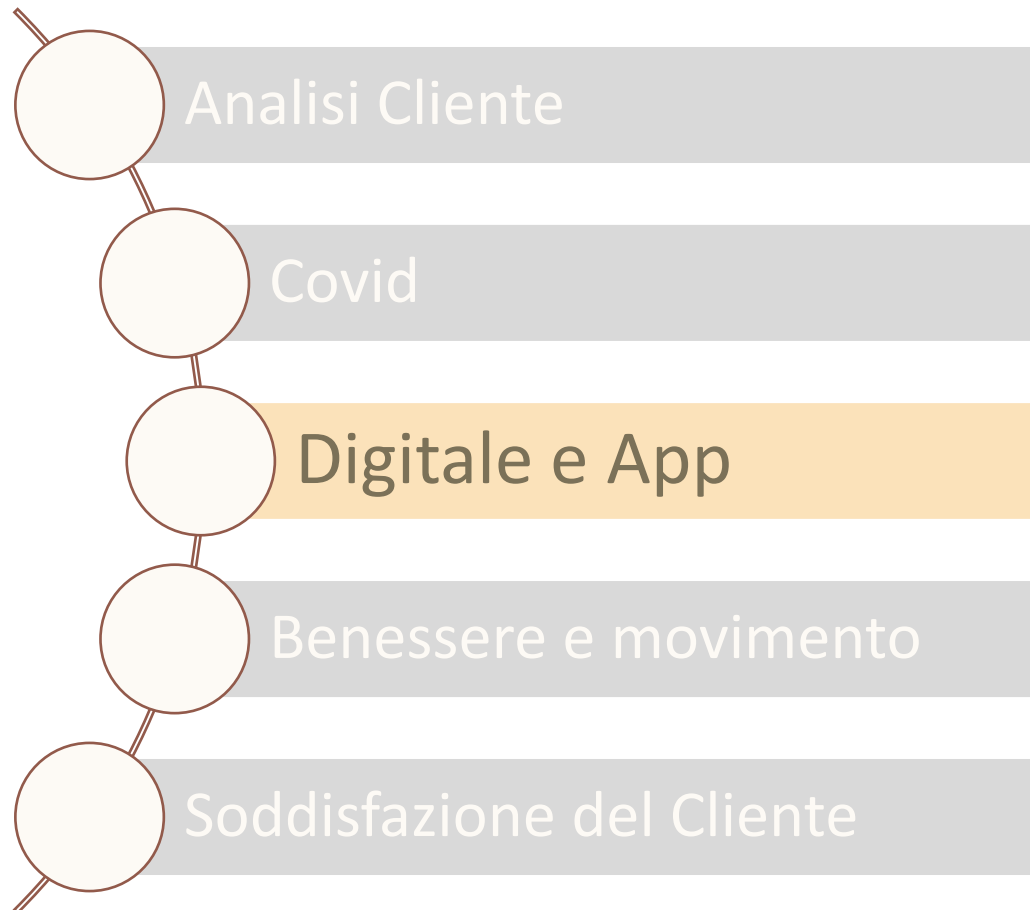


Video lezioni o nulla?

Poco più di 1/3 ha utilizzato Video lezioni gratuite del proprio Club, 1/3 con lezioni gratuite di altri operatori e il 39% si è allenato senza Trainer virtuali ma con piani di allenamento personali. Pochi hanno investito su lezioni a pagamento.

Che cosa hai utilizzato per allenarti da casa?





IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

  FORUMCLUB.IT

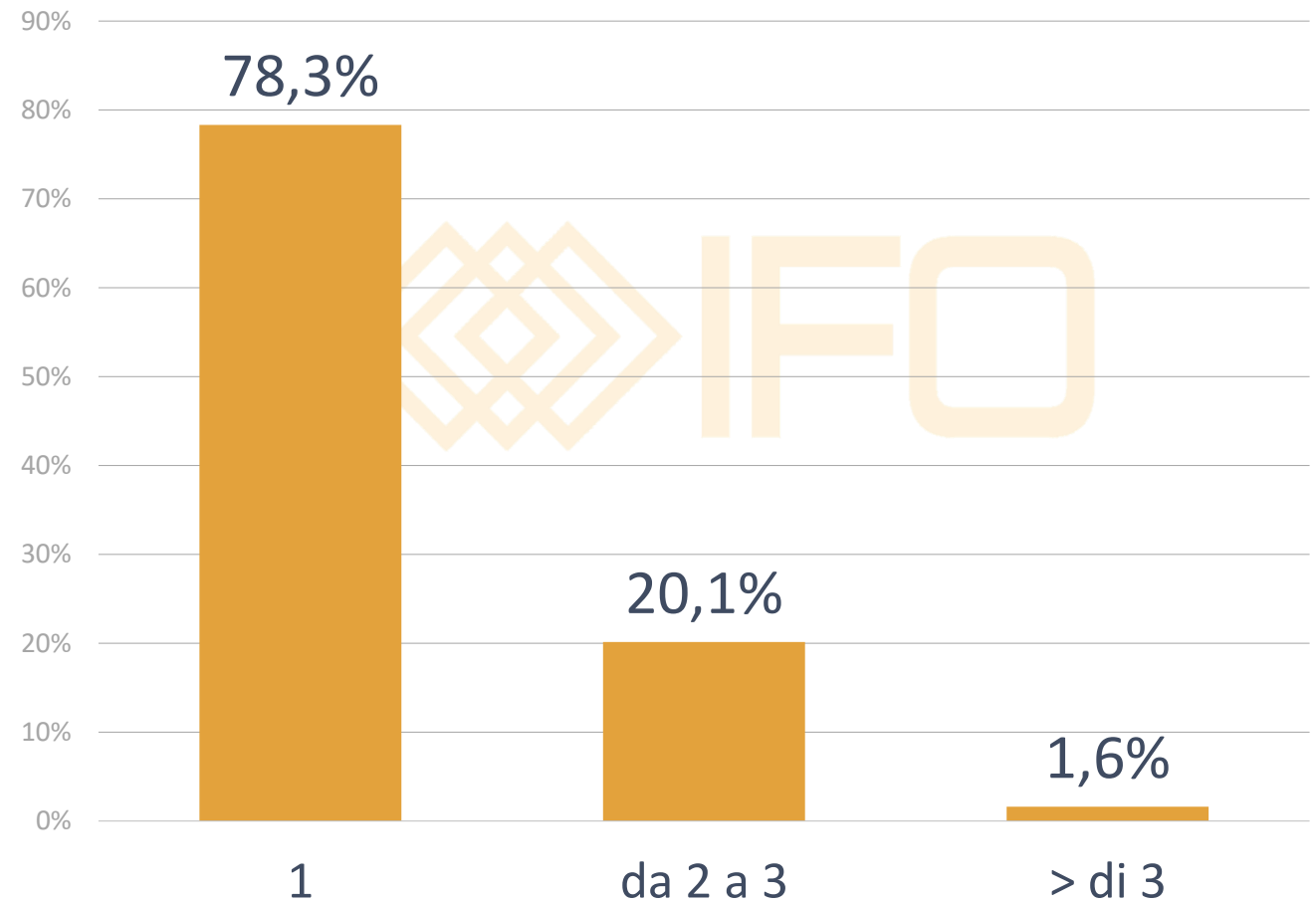
FORUMCLUB

FOLLOW
US

Quante App?

Le persone hanno utilizzato
1 App nel 78% dei casi,
il 20% 2 e solo 1,6% 3 App.

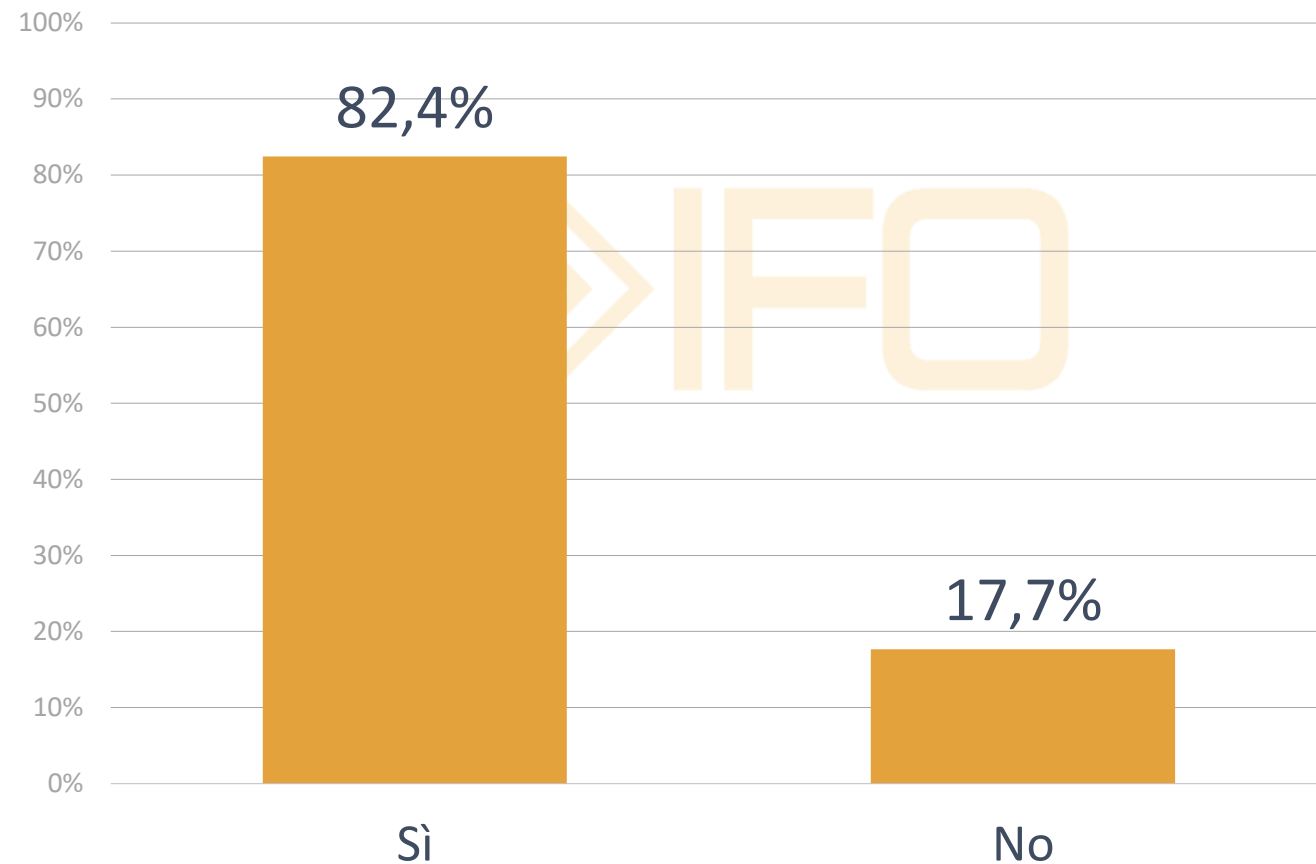
Quante App utilizzi per il fitness?



App o non App?

Il 17,7% dichiara che il proprio Club non ha una App

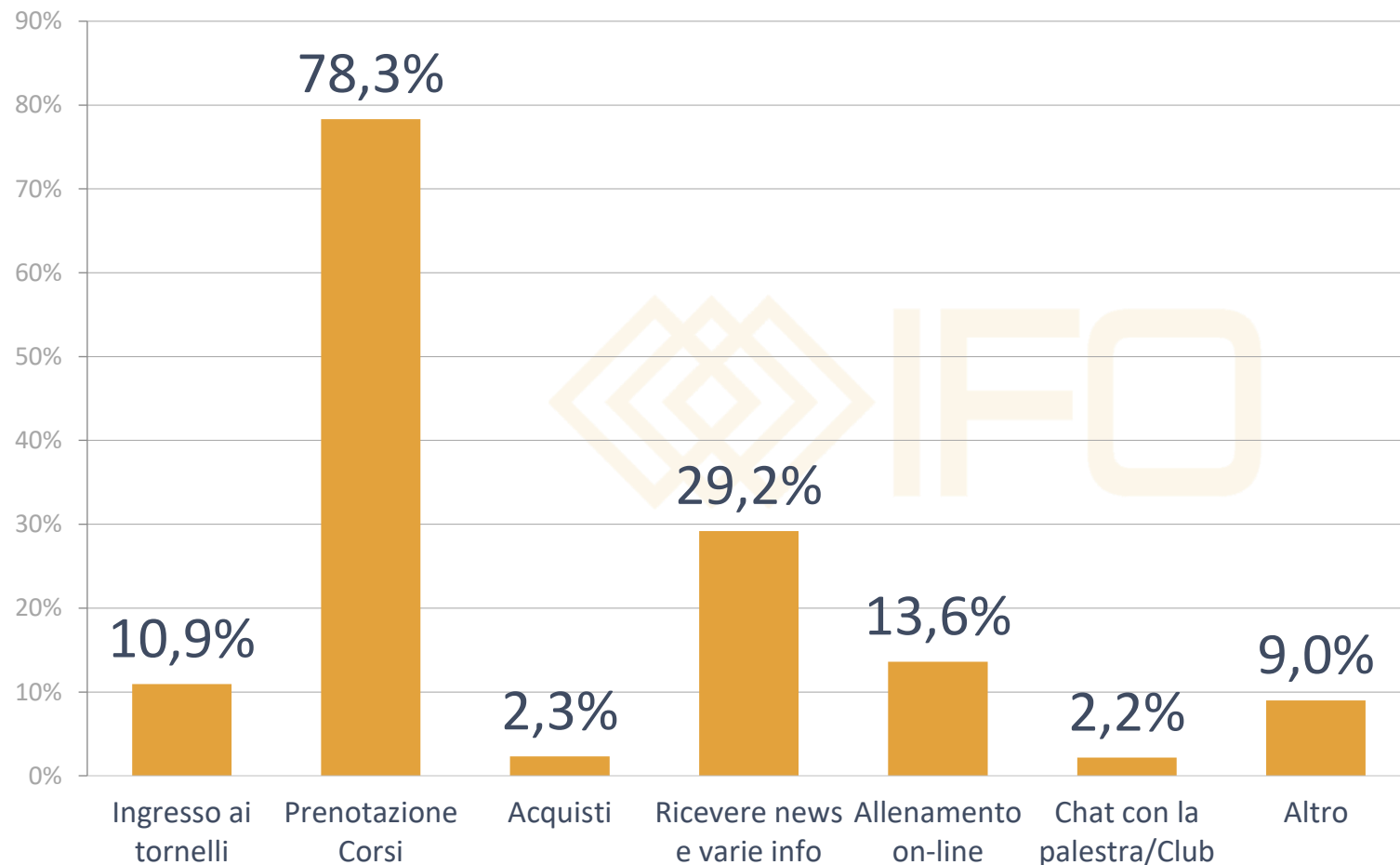
La tua palestra ha una App?



Perché usare la App?

Prenotare i corsi la fa da padrone con oltre l'78% dei casi, circa l'11% per accedere ai tornelli e oltre il 29% per avere news.

Per quali motivi utilizzi la App della tua palestra?

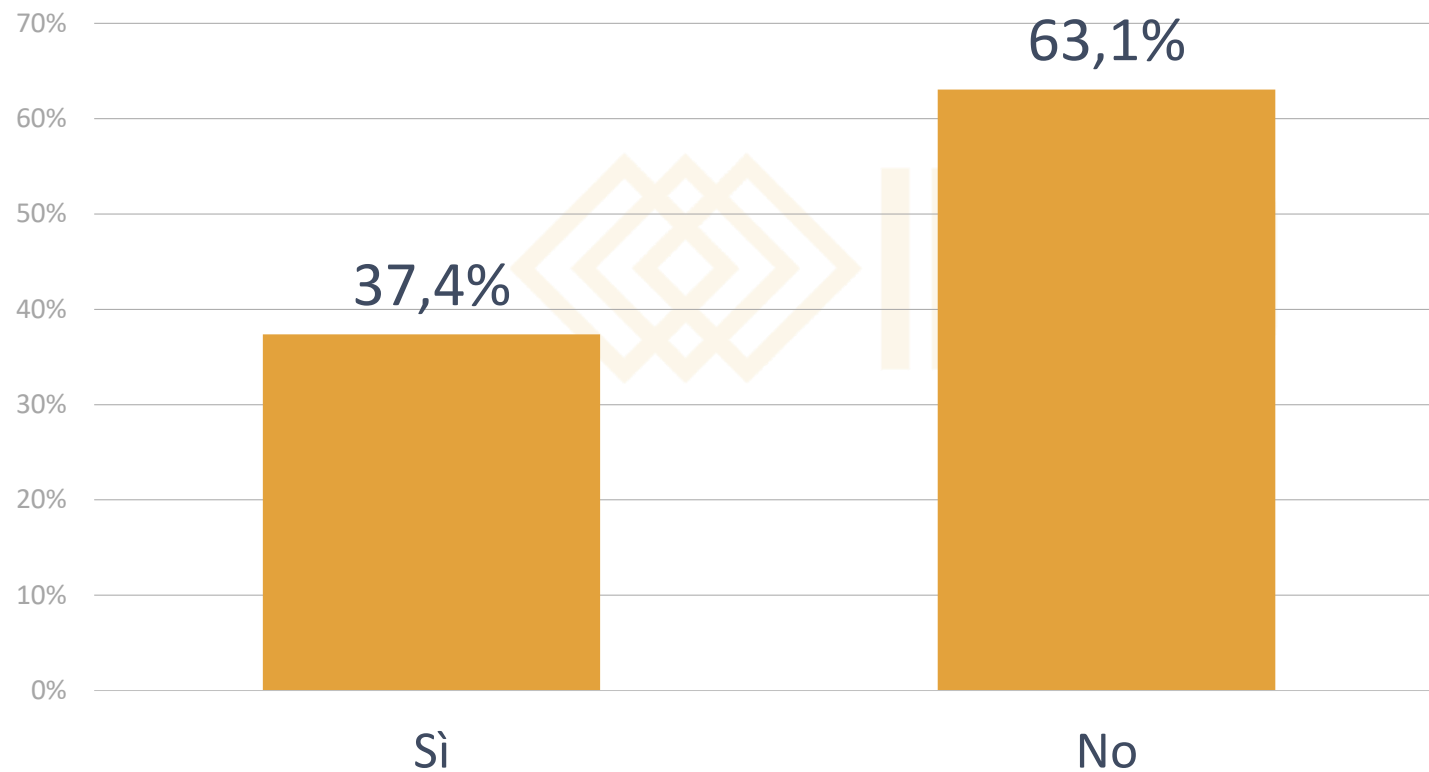


Misurare le proprie funzioni fisiologiche

Oltre il 63% non utilizza strumenti elettronici per misurare le proprie funzioni fisiologiche. Solo il 37% li usa.

Utilizzi smart watch o altro per misurare le funzioni fisiologiche?

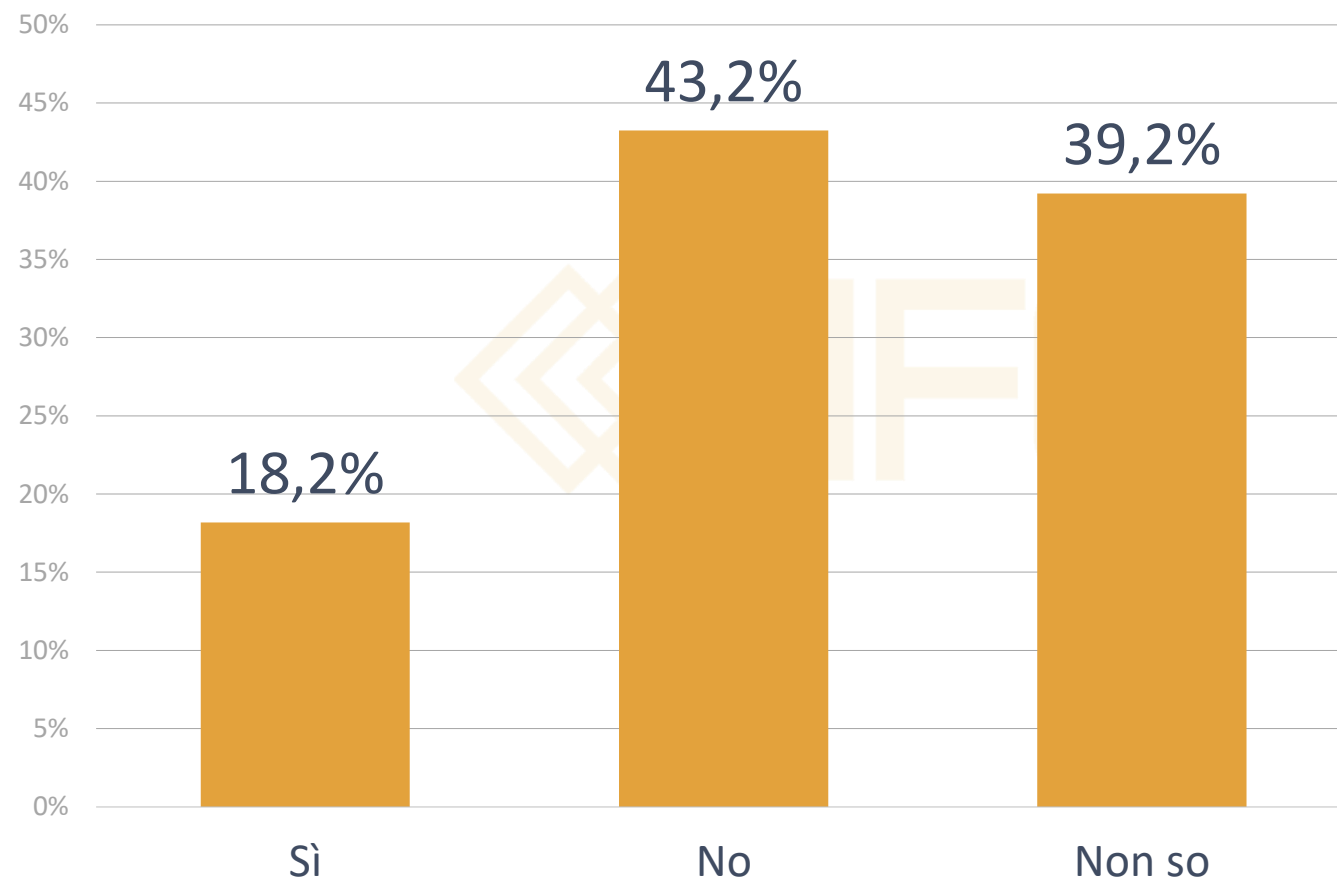
(battito cardiaco, passi, pressione, calorie, ecc.)



... e nel futuro?

Il 43% non li acquisterà,
solo l'18% li acquisterà.
Il 39% è indeciso.

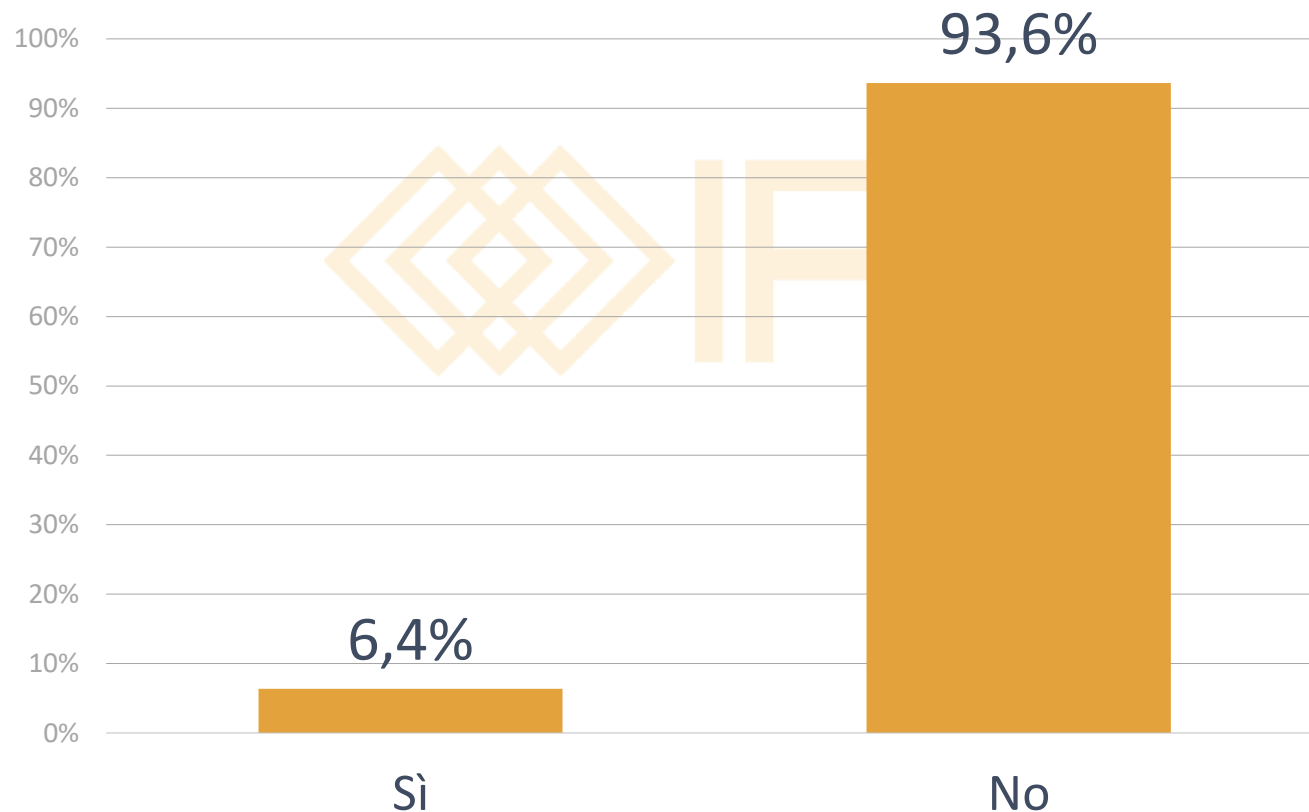
Pensi di acquistarle in futuro?

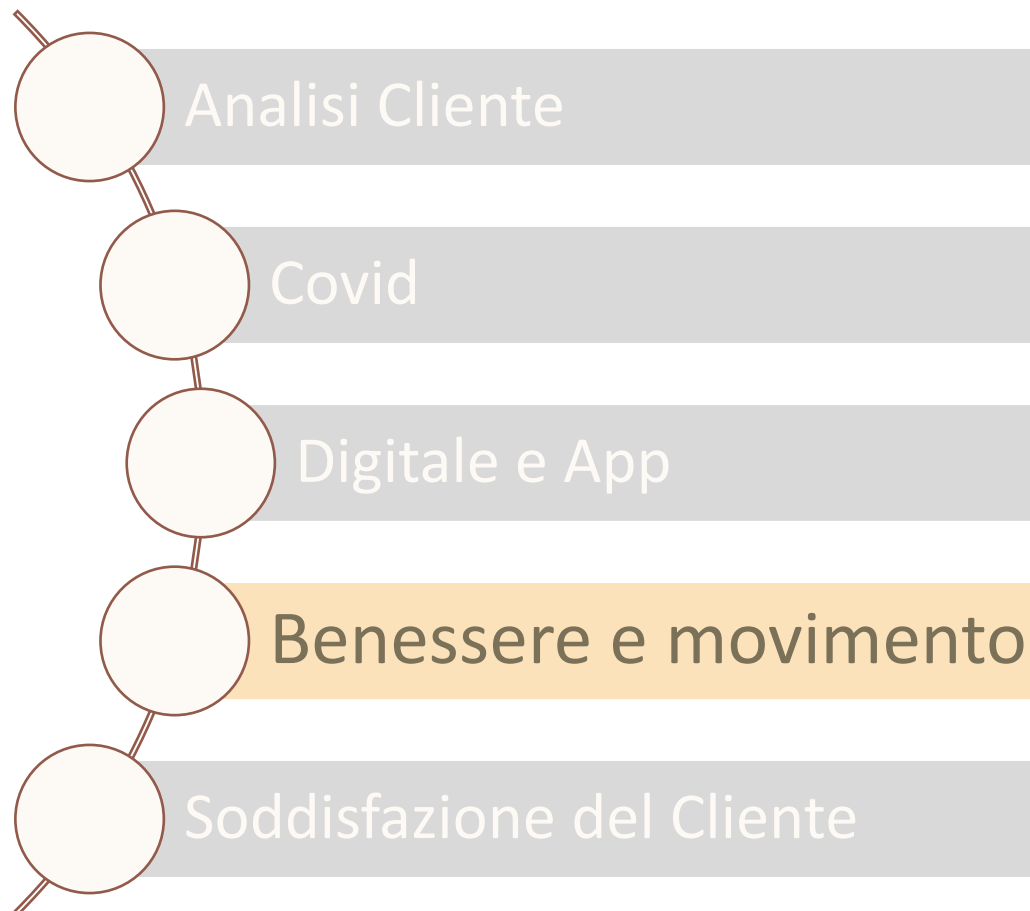


Istruttore o non istruttore?

Quasi il 94% ritiene che un vero istruttore non possa essere sostituito da attività on-line.

Le attività on-line possono sostituire completamente un "vero istruttore"?





IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

  **FORUMCLUB.IT**

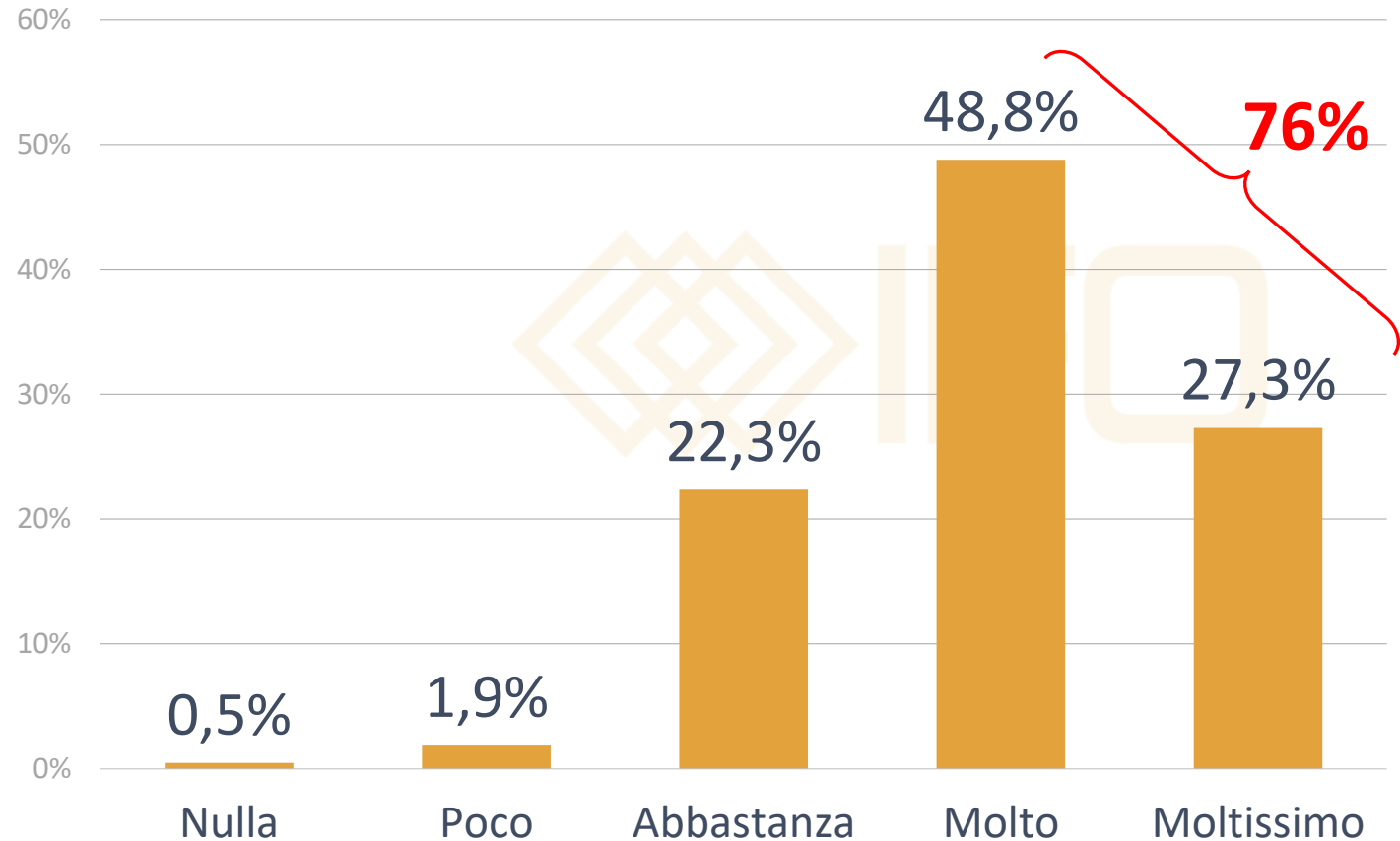
FORUMCLUB

FOLLOW
US

Percezione del benessere legato al movimento

Oltre il 76% ritiene che il proprio benessere sia legato «Molto e Moltissimo» al movimento. Anche il 22% ne è «abbastanza» convinto. Solo poco meno del 2% lo ritiene «poco» legato e quasi nessuno pensa che non ci sia una relazione.

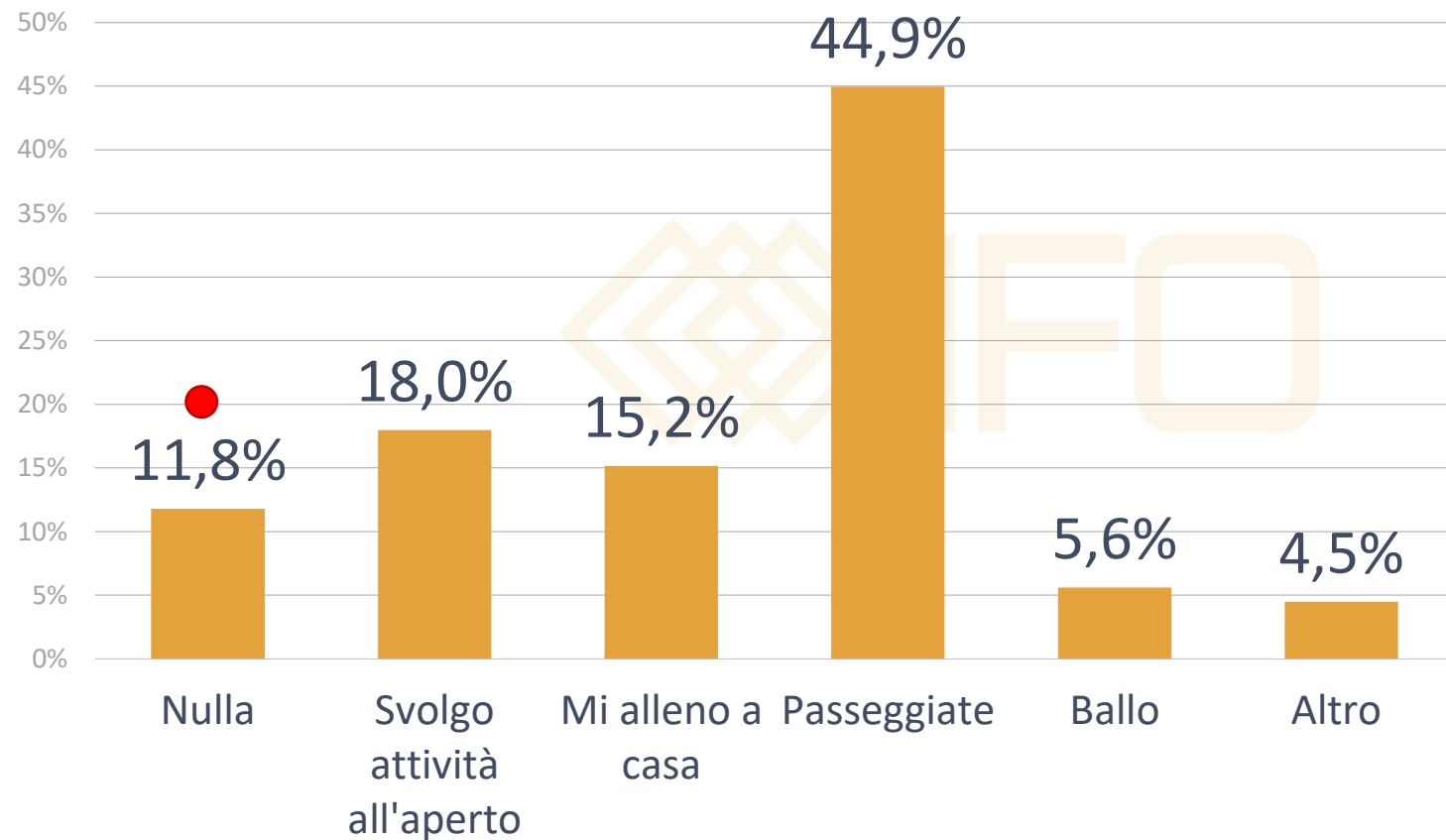
Quanto il tuo benessere è legato al movimento/andare in palestra?



... e chi lo ritiene poco legato al movimento?

Il 45% comunque cammina e fa passeggiate, o si muove all'aperto (18%) o si allena in casa (15%) o va a ballare (5,6%).

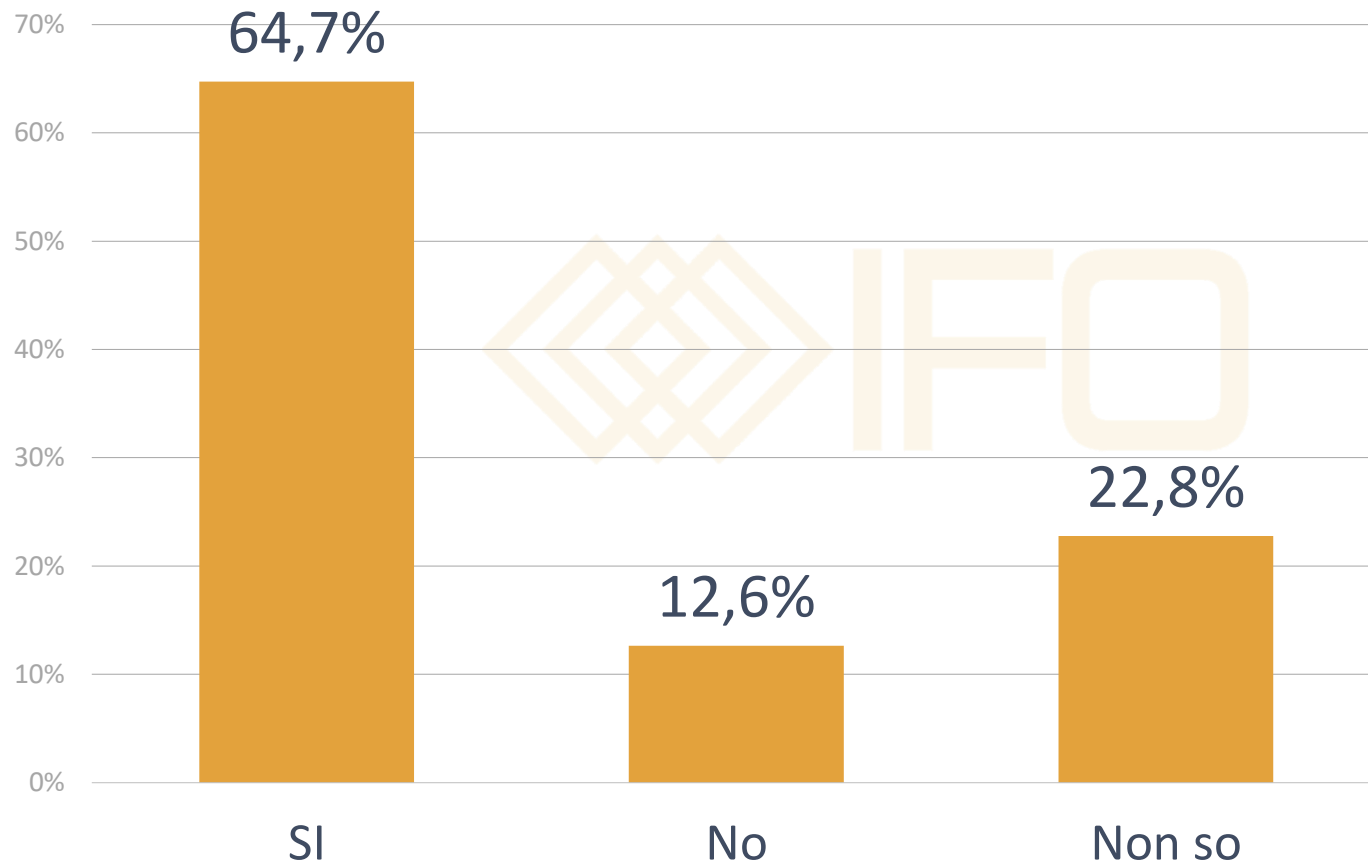
Se hai selezionato "Nulla" o "Poco", che cosa fai per mantenerti in forma?

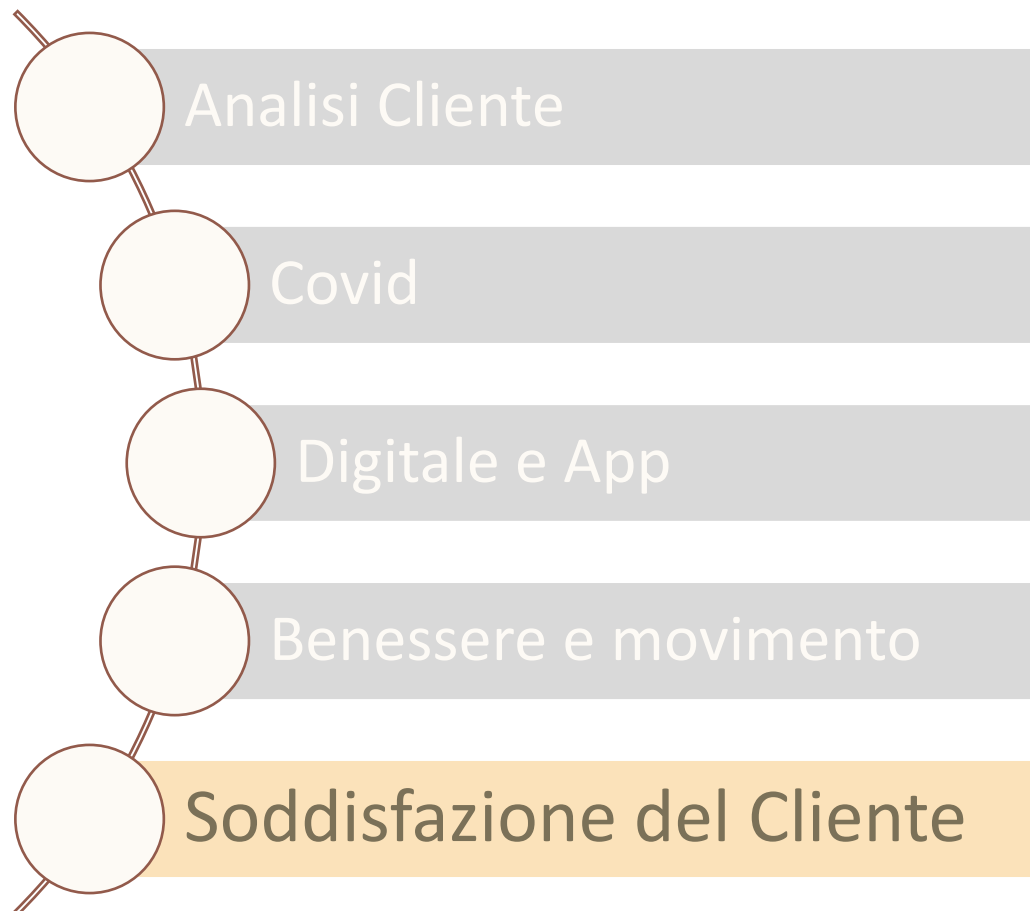


Covid: la palestra è un posto sicuro?

Quasi il 65% ritiene di sì, solo il 12% non è tranquillo e dice No. Circa il 23% è indeciso.

La palestra (in relazione al Covid) è un posto sicuro?





IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

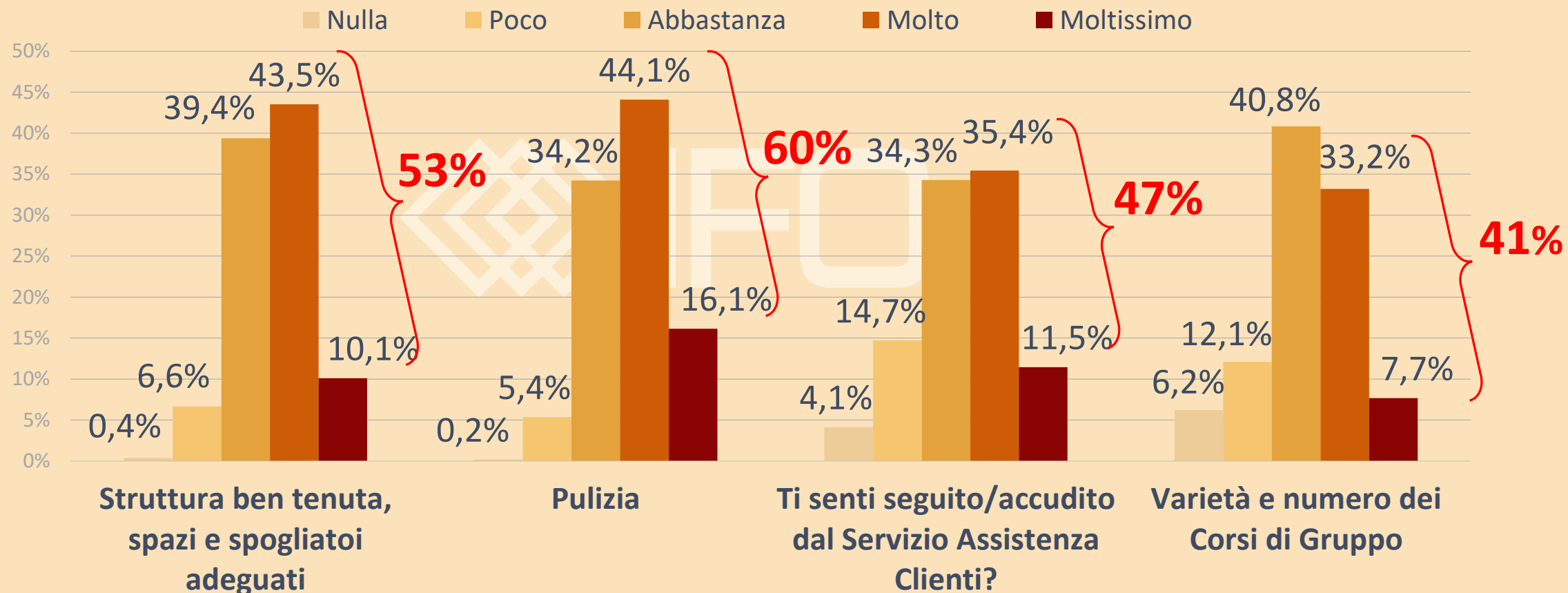
  FORUMCLUB.IT

FORUMCLUB

FOLLOW
US

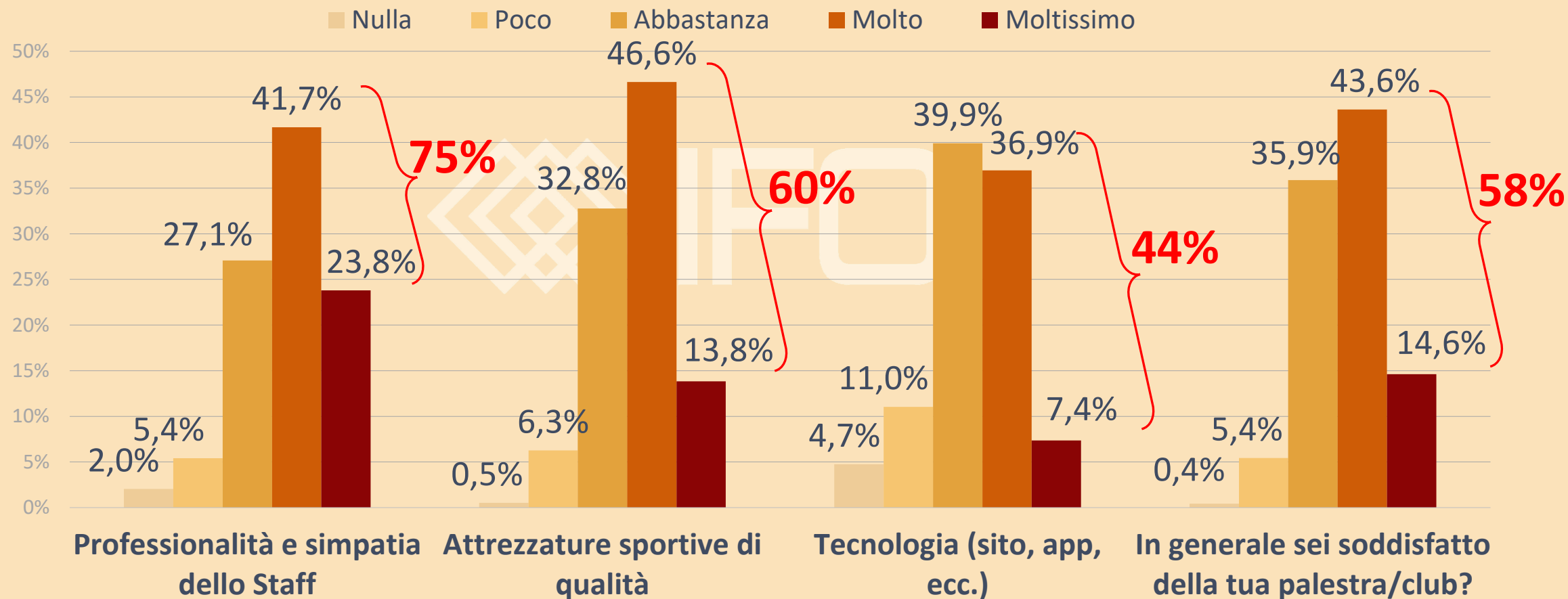
Soddisfazione del Cliente

Di quali cose sei soddisfatto della tua palestra/club?



Soddisfazione del Cliente

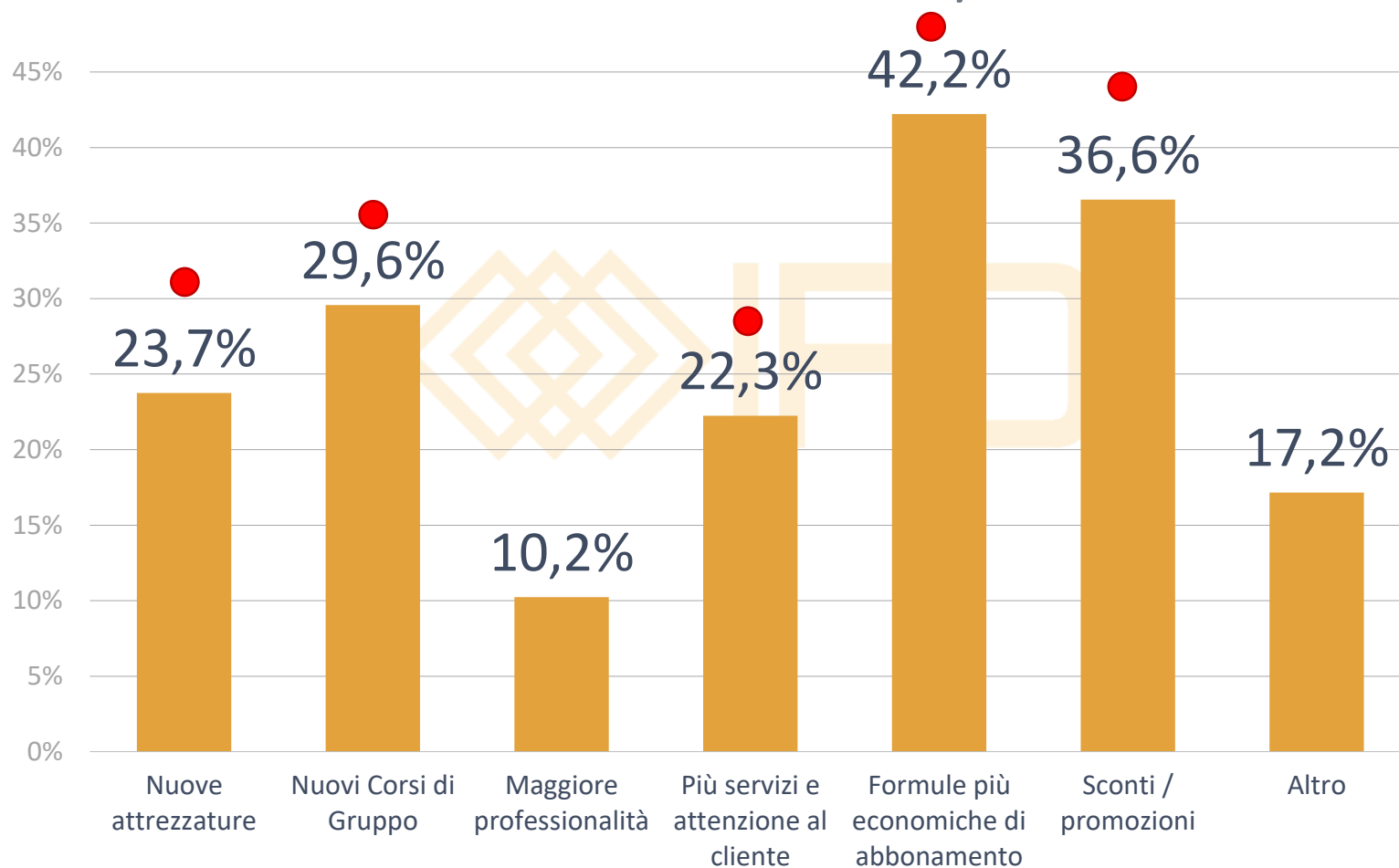
In generale, valuta le seguenti affermazioni?



Che cosa chiedono gli Iscritti

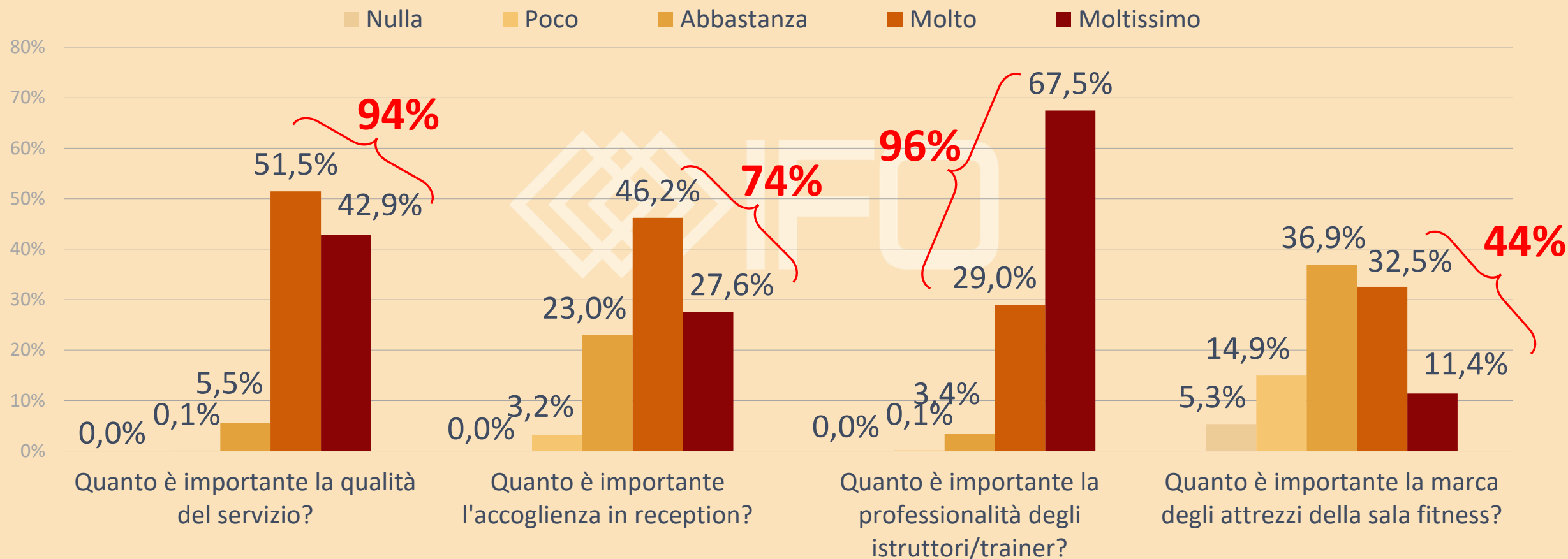
Oltre il 42% degli iscritti chiede abbonamenti più economici e il 36% sconti e promozioni. Quasi il 30% nuovi Corsi di Gruppo. Il 22% più attenzione al cliente e il 24% nuove attrezzature.

Che cosa vorresti di nuovo/diverso?

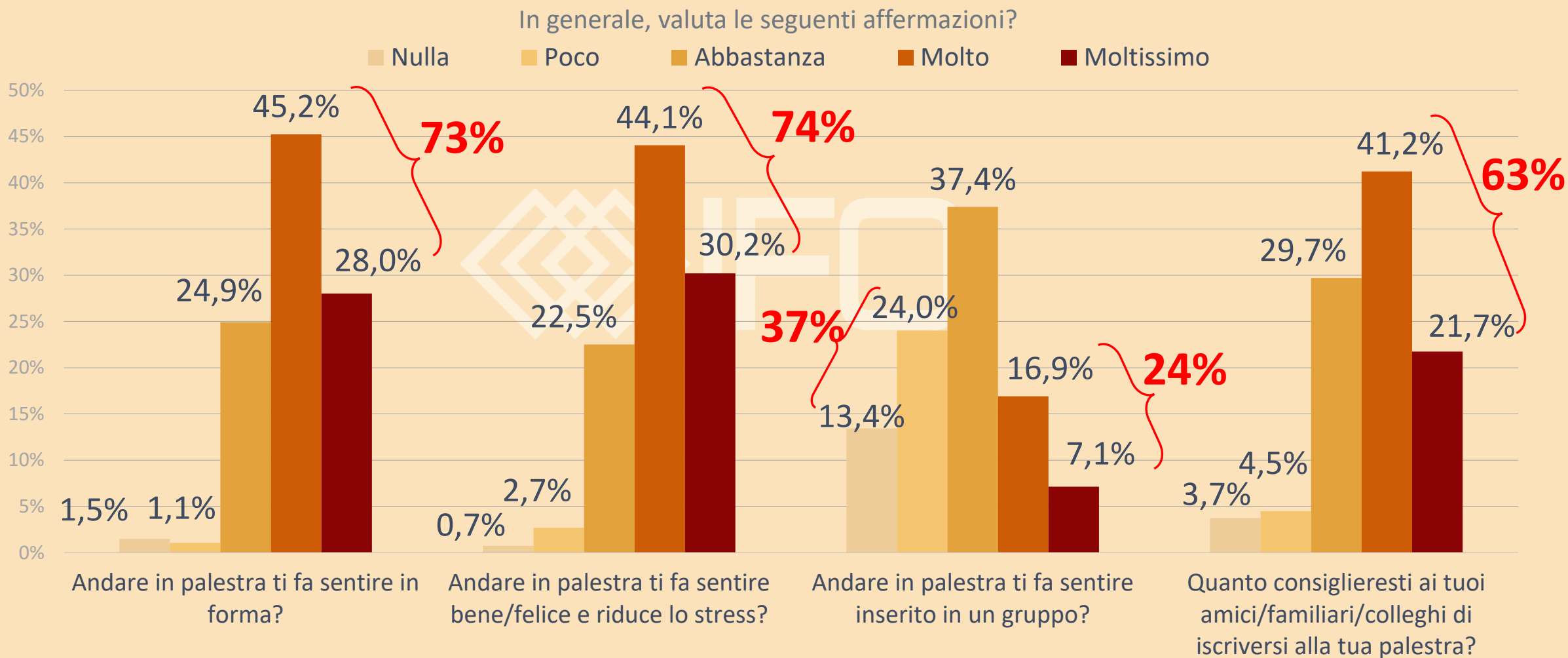


Cosa pensano gli iscritti

In generale, valuta le seguenti affermazioni?



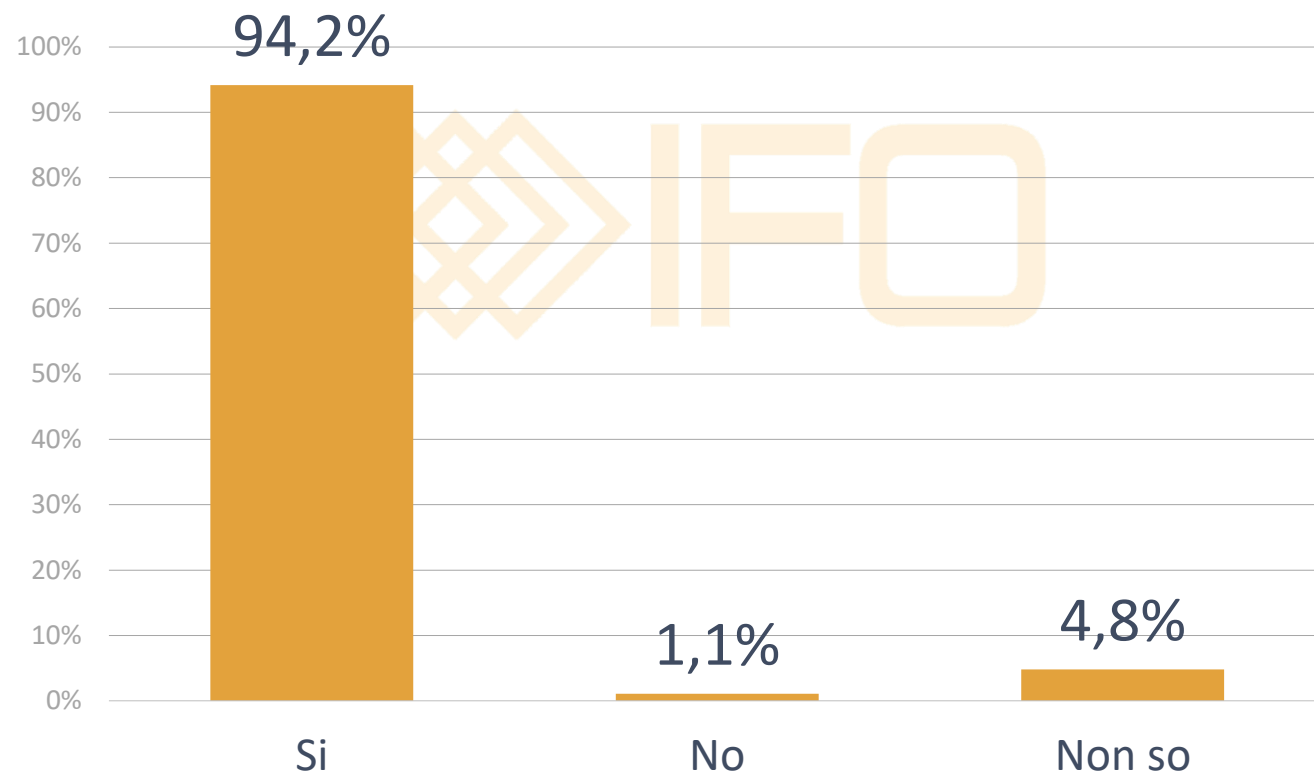
Cosa pensano gli iscritti



Benessere legato al movimento

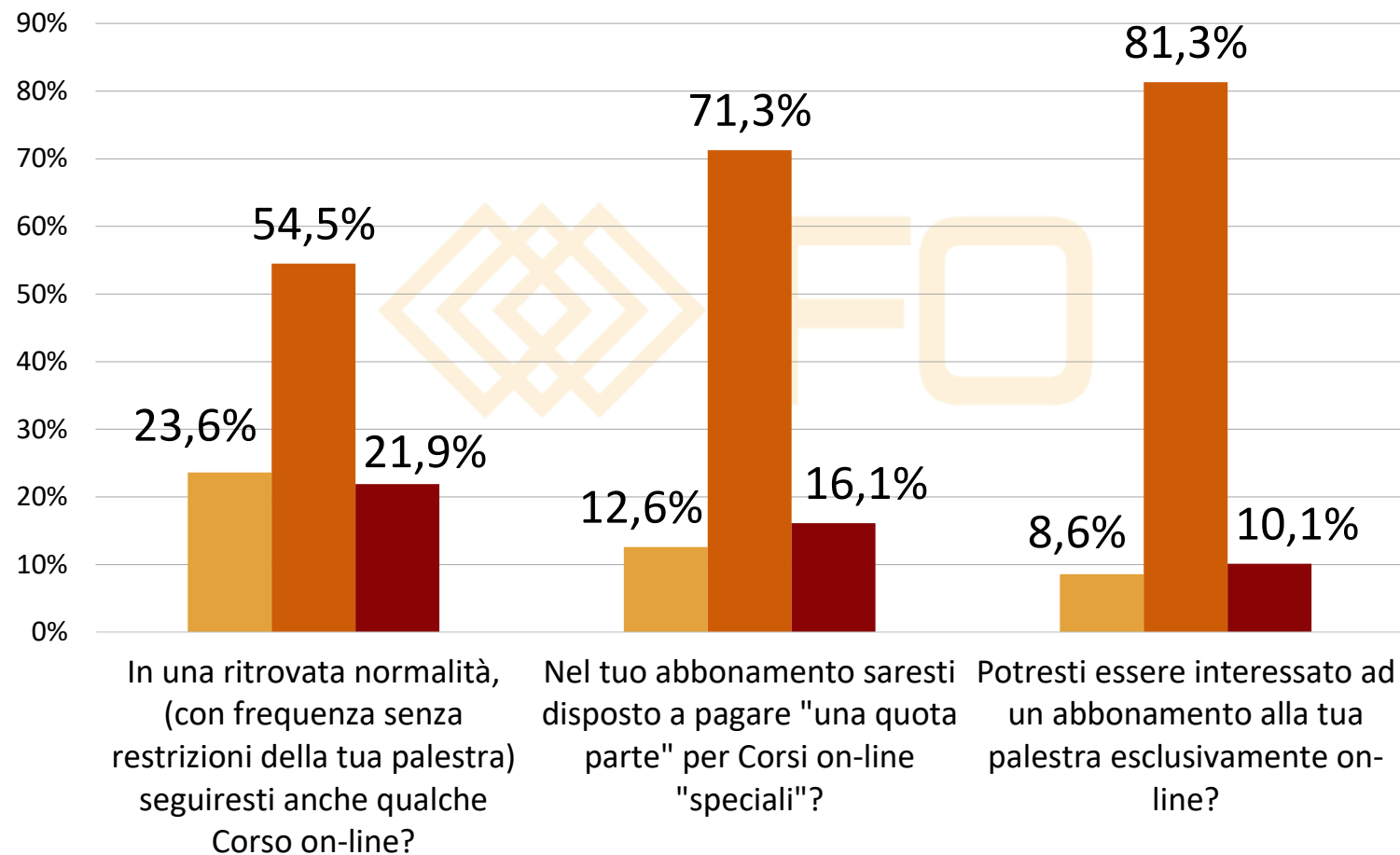
Il movimento viene percepito come molto legato al benessere e oltre il 94% lo considera una medicina preventiva, con un 5% di indecisi e solo l'1% che pensa di no.

É giusto considerare il movimento e andare in palestra una medicina preventiva?



Corsi on-line - In futuro, che cosa ne pensi?

■ Si ■ No ■ Non so



Corsi on-line

Corsi on line: il 54% in nuova normalità **non li seguirebbe**, il 22 **non lo sa** e solo il 24% **lo farebbe**.

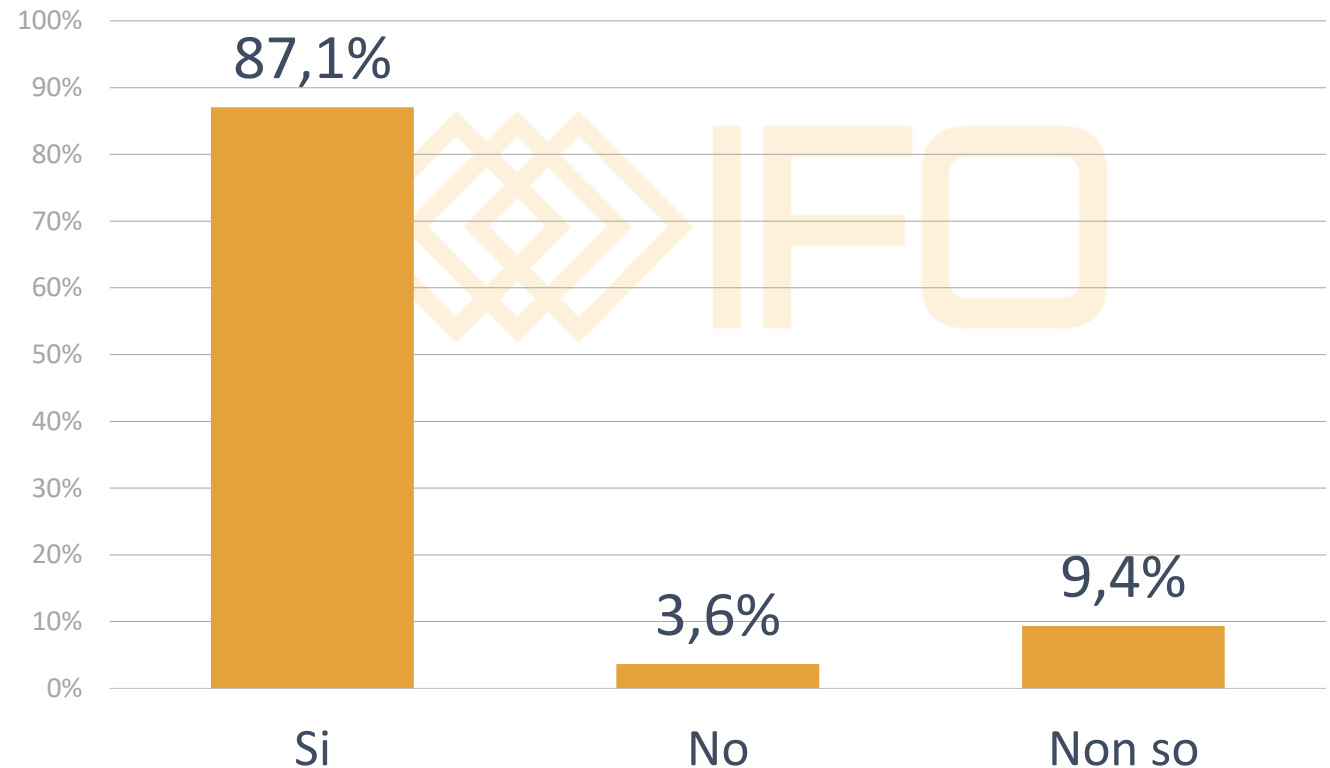
Pagheresti una quota per i corsi on line? 71% **no**, 16% **non lo sa** e solo il 12% dice **si**.

Interesse ad un abbonamento con corsi solo virtuali: quasi il 81% dice **no**, 10% **non sa** e circa il 9% sarebbe **interessato**.

Agevolazioni fiscali come incentivo

Oltre l'87% ritiene che agevolazioni fiscali incentiverebbero le persone ad andare in palestra. Solo il 3,6% pensa di no e il 9,4 % è indeciso.

Agevolazioni fiscali importanti potrebbero incentivare le persone a frequentare una palestra?





Thank You

Dr. Paolo Menconi
+39 347 154 6581
info@ifo.academy
www.ifo.academy



FOLLOW
US

IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

  **FORUMCLUB.IT**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

FORUMCLUB

**12 STRATEGIE VINCENTI
PER FIDELIZZARE I CLIENTI!
DI PAOLO MENCONI
EDITRICE IL CAMPO (BO)**

Dr. Paolo Menconi

IFO International Fitness Observatory



FOLLOW
US

f in FORUMCLUB.IT

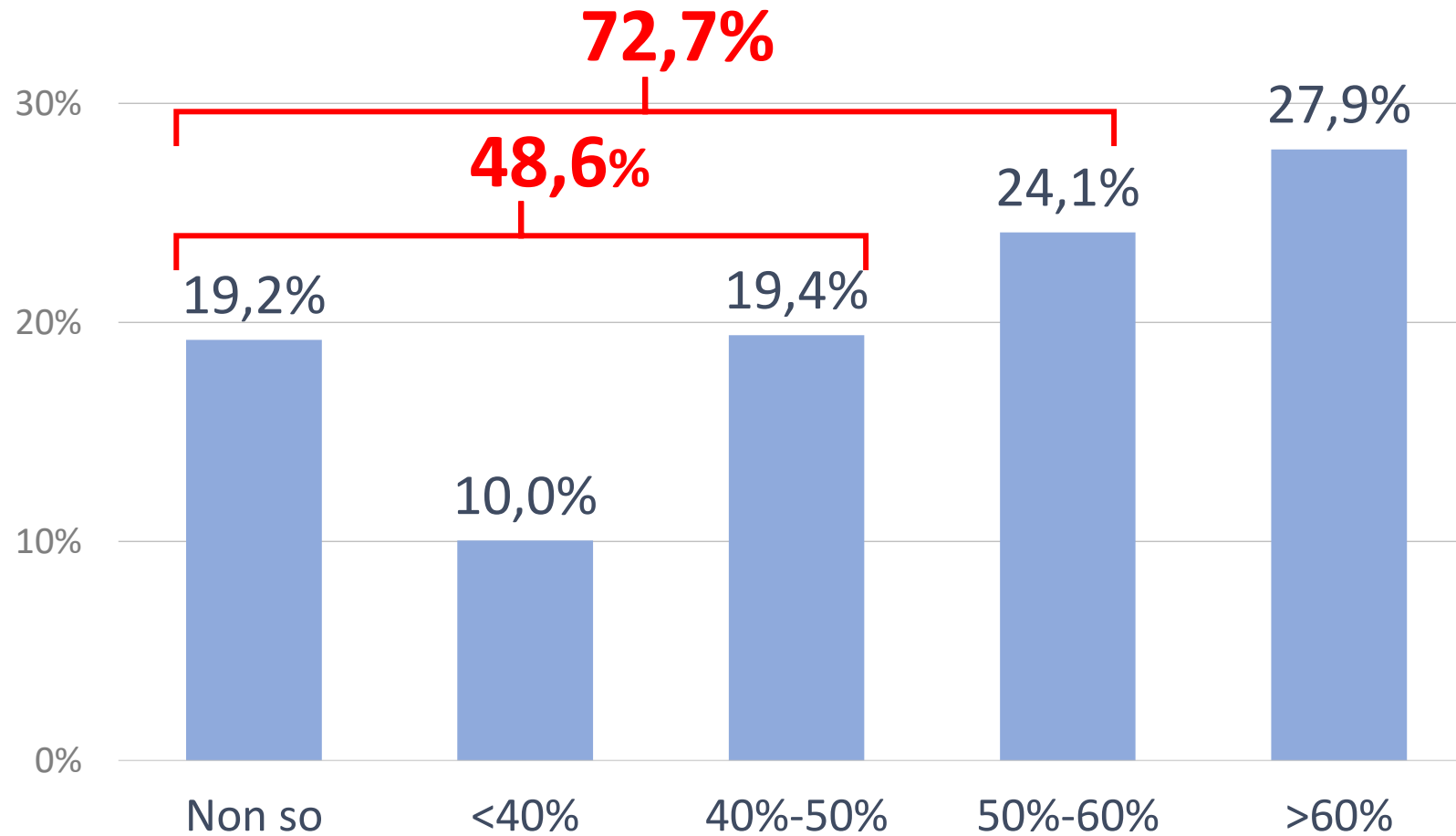
IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory – www.ifo.academy

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

FORUMCLUB

Fidelizzazione degli Users nei Club



FOLLOW
US

  [FORUMCLUB.IT](https://www.forumclub.it)

IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Fidelizzazione

- *Monitoraggio costante della Soddisfazione dei Clienti*
- *Ricerche di mercato e questionari*



Fidelizzazione

12 Strategie vincenti per Fidelizzare i Clienti
di Paolo Menconi - Editrice Il Campo (BO)

5 Obiettivi fondamentali:

- 1. A**vere un ottimo Servizio Clienti
- 2. R**endere più positiva l'immagine aziendale
- 3. A**umentare il numero dei Clienti soddisfatti
- 4. B**attere la concorrenza
- 5. A**umentare il fatturato



IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 **Bologna**

Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory - www.ifo.academy
Dr. Paolo Menconi - IFO International Fitness Observatory

© Copyright - IFO - All rights reserved
Fitness in Italia 2021

FORUMCLUB

FOLLOW US
US
f in FORUMCLUB.IT

Fidelizzazione

12 Strategie vincenti per Fidelizzare i Clienti

di Paolo Menconi - Editrice Il Campo (BO)

Test di autovalutazione - 12 Aree

1. *Misuro il valore del Cliente?*
2. *Valutazione del proprio Servizio Clienti*
3. *Supero le aspettative dei Clienti e li sorprendo?*
4. *Coinvolgo costantemente i Clienti?*
5. *Do importanza al parere del Cliente?*
6. *Valutazione del proprio programma «Fedeltà»*
7. *I Clienti sono protagonisti della mia Comunicazione?*

Test di Autovalutazione

Questo test è riservato a te stesso: è una valutazione delle tue capacità, con l'analisi di 12 parametri.

Come utilizzarlo:

- 1) Per ogni parametro di analisi, indica su una scala (da 0 a 100%) con un punto, dove ritieni di essere.
- 2) Unendo i punti potrai vedere qual'è la tua situazione attuale e quali sono le tue aree di miglioramento.
- 3) Periodicamente ripeti il Test di Autovalutazione e vedrai quali sono i tuoi progressi.

Esempio

Copyright © 2021 by Paolo Menconi
Il Test di Autovalutazione è di esclusiva proprietà dell'Autore.
È vietata la copia e la riproduzione in qualsiasi forma, senza espressa autorizzazione dell'Autore.

IL GUSTO DI CRESCERE | 4-5 novembre 2022 Bologna

FOLLOW US
f in FORUMCLUB.IT

Dr. Paolo Menconi

IFO International Fitness Observatory

www.ifo.academy
