

IL NUOVO CLUB

ISSN 1120-4931

Strumenti di Management per Centri Sportivi e Fitness Club

bimestrale anno XXI
editrice il campo bologna

In caso di mancato recapito, rinviare all'Uff. CMP di Bologna, detentore del conto,
per la restituzione al mittente che si impegna a pagare la relativa tariffa

113

gennaio
febbraio
2010

www.fitnesstrend.com

€ 6,50



Fiera di Bologna 25 26 27 febbraio 2010

FORUM

piccolo grande club

A pochi chilometri da Siena, il marchio Equinox identifica due club molto diversi tra loro, ma legati da una strategia "originale" e vincente. In queste pagine la storia della felice convivenza tra un club da tremila metri quadrati e uno da ottocento, distanti l'uno dall'altro appena 1.500 metri

Lil marchio *Equinox* fa il suo ingresso nel mercato del fitness italiano nel 1996 identificando un piccolo club nel comune di Poggibonsi, in provincia di Siena. Tra i fondatori c'è Gianluca Chiti che, dopo aver maturato una solida esperienza nel settore fitness e in ambito sportivo come pallavolista, decide, insieme ad altri soci, di vestire i panni dell'imprenditore. Le cose vanno per il verso giusto, il centro funziona e, dopo un decennio di onorata attività, giunge il momento della svolta. Nel gennaio del 2006 viene inaugurata la nuova sede che ospita Equinox, ubicata nella zona industriale di Barberino Val d'Elsa, a pochi chilometri

dalla sede originaria, all'interno di un capannone di tremila metri quadrati sviluppati su due piani. La nuova struttura – progettata dall'architetto Carlo Fantacci – è dotata di piscina coperta e scoperta, di un'ampia sala cardio-isotonica e due grandi sale – rispettivamente di 250 e 150 metri quadrati – adibite alle attività di gruppo, una sala destinata all'indoor cycling, nonché di un'area esterna sviluppata su una superficie di seimila metri quadrati che funge da solarium nei mesi più caldi e riserva alla clientela ben tre parcheggi. Il club vanta inoltre un ristorante pizzeria e una spa interna, nella quale il benessere convive con il relax e la bellezza. Queste due realtà rendono il centro ulteriormente "interattivo" con il mondo esterno, favorendo i contatti con i potenziali clienti.

il secondo piccolo club

Il successo non tarda ad arrivare: in pochi mesi di attività il neonato tempio del fitness e del wellness è già un punto di riferimento per il bacino di utenza al quale si rivolge, ovvero gli abitanti di Barberino Val d'Elsa e dei comuni limitrofi. I risultati incoraggianti spingono l'intraprendente sodalizio toscano ad allargare e diversificare la propria offerta: nel 2008 viene inaugurato un secondo club, una struttura di ottocento metri quadrati, distante appena un chilometro e mezzo dal "quar-

di Davide Venturi



Il "parallelepipedo" che ospita il club Equinox principale

tier generale". Una mossa indiscutibilmente interessante dal punto di vista strategico e gestionale. «Abbiamo deciso di aprire una nuova struttura – spiega Gianluca Chiti – con obiettivi strategici e una filosofia gestionale differenti. I due club costituiscono due realtà distinte, ma al tempo stesso legate tra loro, due centri sinergici che si rivolgono al medesimo bacino di utenza con due tipologie di offerta. La nuova struttura ci consente

di differenziare la nostra offerta e, al tempo stesso, di rivolgerci, con prezzi più contenuti, a una diversa fascia di mercato. Gli iscritti al club principale possono, in quanto titolari di una tessera più onerosa, frequentare anche il club "sussidiario", avendo in questo modo l'opportunità di svolgere un maggior numero di attività e disporre di due centri. Le arti marziali e la scuola di danza – prosegue Chiti – fanno ad esempio parte del palinsesto

del club più recente che offre diverse formule d'abbonamento. Tra queste figura anche la tessera che, consentendo di utilizzare esclusivamente la sala cardio-isotonica e frequentare alcuni corsi, è proposta a un prezzo pressoché dimezzato rispetto al listino del club più grande». Attualmente la società che fa capo ai due club è controllata da sei proprietari con quote differenti, ovvero i più "anziani" Gianluca Chiti, Silvia Turchi e Francesco Marini, i giovani Marco Camagni e Jonatha Bartali e la giovanissima new entry Mattia Chiti, figlio di Gianluca.

qualità a prescindere da tutto

Le due strutture condividono inoltre l'elevato standard qualitativo del servizio erogato. Gli istruttori, alcuni dei quali lavorano in entrambe le sedi, sono qualificati e seguono con grande attenzione i soci affinché raggiungano i risultati desiderati e siano soddisfatti. Il risultato di questo approccio è un eccellente rapporto qualità prezzo che si traduce in un incoraggiante tasso di fidelizzazione. ➤



Le attività in acqua sono molto in auge nel club toscano, dotato di due vasche



un edificio intelligente

Prima di realizzare il “parallelepipedo” che ospita la sede principale di Equinox, Gianluca Chiti e i suoi soci hanno visitato, in compagnia dell'amico-architetto Carlo Fantacci, i migliori centri fitness italiani di recente realizzazione, “girovagando” per ben due anni alla ricerca di idee e termini di paragone. Fantacci si è quindi messo al lavoro per progettare un club in grado di assicurare il massimo comfort ai fruitori e, al tempo stesso, risultare “intelligente” dal punto di vista dei costi di gestione e dell'impatto ambientale. Ha così deciso di realizzare il capannone interamente in *Ytong*, materiale molto usato in Nord Europa per le sue qualità non comuni. È composto da cemento strutturato con piccolissimi alveoli che, diversamente dall'intercapedine in polistirolo generalmente impiegata per gli edifici ad uso industriale, è altamente traspirante. L'*Ytong* rappresenta per l'edilizia ciò che il *gore-tex* è per l'abbigliamento: mantiene la temperatura ed espelle l'umidità attraverso la traspirazione.

L'impianto di aerazione computerizzato fa sì che avvengano quattro ricambi dell'aria all'ora, in tutte le aree del club la cui temperatura è gestita dal sistema automatizzato di climatizzazione. Grazie a tali soluzioni progettuali e impiantistiche, nei mesi freddi i vetri non sono mai appannati – nemmeno quando gli ambienti sono molto affollati –, negli spogliatoi non compare mai la “nebbia” provocata dall'acqua calda delle docce e sui soffitti non vi è traccia di muffa. L'importanza di questa non trascurabile virtù ambientale è stata giustamente evidenziata dallo slogan pubblicitario “Equinox, tutta un'altra aria”, divenuto, a giusta ragione, una sorta di *pay-off* del marchio.

Le pareti divisorie delle sale corsi sono in doppio cartongesso con intercapedine antirumore per evitare l'inquinamento acustico, mentre tutti i vetri, sia interni sia esterni, sono doppi e di spessore diverso per evitare la trasmissione dei rumori. Sono inoltre antisfondamento e dotati di intercapedine d'aria che, fungendo da isolante, previene le dispersioni termiche in inverno e il surriscaldamento in estate.

Per la pavimentazione sono stati invece utilizzati il cemento al quarzo trattato con resine – un materiale molto resistente e facilmente pulibile per assicurare la massima igiene – e il parquet galleggiante per le sale destinate alle attività di gruppo, in grado di minimizzare l'effetto degli impatti a carico delle giunture degli arti inferiori e della colonna vertebrale.



L'area esterna dotata di piscina e solarium

«Il club più piccolo – precisa Chiti – ha costi di gestione significativamente inferiori che ci consentono di erogare un'ottima qualità a prezzi contenuti. Per dare un'idea dei nostri listini, nel club più grande proponiamo abbonamenti annuali a cifre che oscillano tra i 500 e i 700 euro, mentre chi decide di frequentare esclusivamente la nostra “succursale” può acquistare la “versione base” della tessera annuale a circa 300 euro. Ovviamente – conclude Chiti – gli abbonamenti di durata inferiore sono proporzionalmente meno vantaggiosi e non a caso la stragrande maggioranza della nostra clientela, che nell'arco dei dodici mesi oscilla tra le 2.000 e le 2.500 unità, opta per l'adesione valida dodici mesi».

Nei due club lavorano complessivamente una cinquantina di persone, compresi i proprietari. Poiché tutti i membri dello staff giocano un ruolo decisivo nella “produzione” di qualità, la formazione continua – in special modo quella interna, ma anche partecipando a congressi ed eventi istruttivi – è un elemento costitutivo dell'approccio manageriale targato Equinox. Lo staff commerciale è costantemente addestrato e aggiornato e la stessa sorte tocca al personale tecnico. La *Scuola Istruttori Equinox* è un vero e proprio centro di formazione interno che prevede, per il

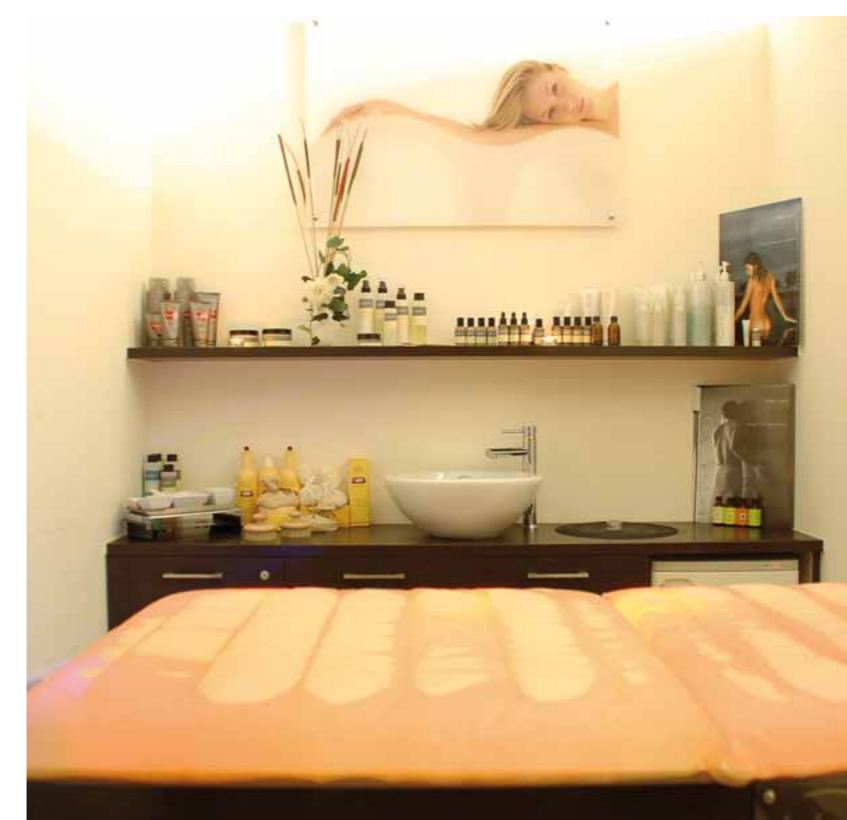
personale tecnico neo assunto – in genere laureati in scienze motorie – corsi specifici della durata di un anno rispettivamente rivolti ai professionisti che lavoreranno in sala attrezzi, ai futuri insegnanti delle varie attività di gruppo e delle discipline acquatiche. La formazione del personale che lavora nella beauty spa *FisioSphere* interna è invece affidata a una società esterna.

largo al relax e alla bellezza

L'*Equinox Beauty* è un centro benessere che si rivolge, come è naturale che sia, in prevalenza ai soci del club, ma non solo. È ge-



L'*Equinox Beauty* è un centro *FisioSphere* che offre alla clientela veri e propri rituali finalizzati al benessere, al relax e alla bellezza



Il menu Equinox

- Fitness
- Acquagym
- Piscina interna ed esterna
- Spinning
- Attività di gruppo
- Bar-ristorante-pizzeria
- Pros shop
- Centro benessere
- Studio medico
- Pedane vibranti
- Arti marziali
- Centro danza

Nel sito fitnesstrend.com è online la **video-intervista** a **Gianluca Chiti** e **Laura Borrani**, effettuata all'interno del club Equinox.

stato, anche per quanto concerne il marketing e la strategia commerciale, in partnership con il *Gruppo GTS*, importante realtà italiana nel campo del benessere e della bellezza titolare del marchio *FisioSphere*. Si tratta di una SPA suddivisa nelle aree viso, corpo, benessere, profumeria olistica, estetica tradizionale, centro diagnostico e percorsi hamam, in grado di offrire un ampio spettro di trattamenti e servizi finalizzati al raggiungimento di un benessere profondo che non rinuncia alla bellezza.

«Equinox Beauty – spiega Laura Borrani, direttrice di questo “club nel club” la cui responsabile è Donatella Lenzi – è la nostra ultima novità e i risultati che stiamo ottenendo sono decisamente incoraggianti. Ovviamente la base principale di clientela è composta dagli iscritti al club, ma grazie al passaparola, che gioca un ruolo promozionale molto importante, riusciamo a conquistare “facce nuove” che, a loro volta, diventano potenziali clienti del club. Chiaramente non rinunciamo al marketing, attuando

diverse iniziative mirate come, ad esempio, le periodiche promozioni stagionali. Non va poi dimenticato che i percorsi che proponiamo, veri e propri rituali sinergici con le attività motorie, favoriscono la fidelizzazione. Coniugando il dimagrimento al benessere psicofisico e al relax, in modo assolutamente personalizzato, riusciamo – conclude Laura Borrani – a soddisfare la nostra clientela, inducendola a ritornare regolarmente». ●