

## **WELLNESS A MILANO: RADDOPPIANO I CENTRI BENESSERE.**

Dal 20 al 23 ottobre in Fiera Milano la prima edizione di Wellness World Exhibition

*Milano, 25 luglio 2006* – Meno fatica e più relax. Meno tapis roulant e più massaggi. Benessere fisico ma anche mentale. Queste le esigenze dei milanesi secondo un'indagine svolta dall'Unione del Commercio di Milano su oltre 50 palestre associate Apiis- Associazione provinciale imprenditori impianti sportivi di Milano - per "Wellness World Exhibition", la prima manifestazione italiana dedicata al settore del benessere a 360 gradi che si svolgerà in fieramilano- nuovo polo Rho-Però, dal 20 al 23 ottobre 2006.

Ideata e promossa da EXPOCTS -società specializzata nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche internazionali, partecipata al 51% da Fiera Milano e al 49% dall'Unione Commercio di Milano - Wellness World Exhibition, salone del wellness e del fitness, coinvolge bacini di utenza ampi e variegati: centri fitness, hotel di lusso, catene alberghiere, spa resort, studi d'architettura e progettazione, centri estetici.

A Milano le palestre e i centri benessere sono aumentati del 21,9% e 90,6% negli ultimi quattro anni. A Milano il 50% degli utenti delle palestre ha fra i 31 e 40 anni, il 70% svolge attività sportiva dalle 18 alla chiusura del centro e la quasi totalità sceglie una palestra solo se con beauty center. Il 70% frequenta corsi Body & Mind, corsi ad alta tonificazione ma a basso impatto per non faticare come Pilates e yoga, prevalentemente donne (90%) e solo il 30% segue i corsi tradizionali come aerobica e cardiofitness. Ma perché la palestra è diventata centro benessere? Il 70% ricerca un luogo dove rilassarsi e uscire dal quotidiano di Milano, il 20% per un benessere psichico e il restante 10% è influenzato dal fattore moda.

### **Gli italiani e la palestra.**

Finché lo stile di vita sarà frenetico, la voglia di staccare la spina sarà sempre più diffusa. La palestra resta quindi una valvola di sfogo, e i dati fanno emergere questa tendenza: dal 1959 al 2003 gli italiani che praticano attività sportiva sono passati da 1 milione e 300 mila (il 2,6% della popolazione di cui il 90,8% uomini) a 32 milioni e 241 mila (dati Istat-Coni). Un vero esercito che popola gli impianti sportivi privati gestiti da quasi 15 mila aziende che impiegano oltre 30 mila addetti.

Uno studio di Unioncamere ha messo in evidenza che dal 2003 al 2005 il numero degli impianti sportivi in Italia è cresciuto in maniera esponenziale: in soli due anni si è registrata una crescita del 25,4%. Il boom delle palestre è testimoniato dal fatto che il numero di chi pratica attività sportive indoor è cresciuto del 28% dal 1997 al 2004. I più attivi sono gli italiani del nord: qui le iscrizioni in palestra hanno registrato un incremento del 40% contro il 22% del Sud.

Le cifre si ribaltano quando si parla di fitness: a scegliere questa disciplina sono, infatti, soprattutto le donne (74,2%) mentre gli uomini rappresentano solo il 25,8%. Se invece analizziamo il fattore anagrafico ci accorgiamo che gli under 14 sono i più sportivi in assoluto (il 70% pratica un'attività) mentre i meno dinamici sono gli over 45, di cui solo il 18% sceglie di mettersi in movimento.

La regione più attiva è il Trentino Alto Adige seguito dalla Valle d'Aosta, mentre in fondo alla classifica si trovano Campania, Basilicata e Calabria.

Le donne italiane sono sì attente al benessere ma ultime in classifica UE per tempo libero.

Una donna su due in Italia dedica almeno un'ora al giorno al proprio benessere. Il quadro emerge dallo studio realizzato dalle Edizioni Riza su oltre 1.000 donne di età compresa fra i 25 e i 50 anni. Innanzitutto è proprio il concetto di benessere che oggi è cambiato: una donna su tre lo fa coincidere con il riappropriarsi del proprio tempo (32%), il 26% lo considera un sinonimo di bellezza e il 21% un mix di buona salute e sano stile di vita. Appena il 12% si dedica al proprio benessere quotidianamente soltanto per qualche minuto, il 28% per non più di una mezz'oretta, ben il 26% dedica al proprio benessere circa un'ora al giorno, il 14% da un'ora a due ore, e l'11% addirittura più di due ore.

Ma quante sono le donne che hanno tempo libero in Italia? Le casalinghe in Italia sono 9 milioni 200 mila mentre le donne occupate 7 milioni 800 mila.

Da una ricerca Eurostat, l'ufficio statistico europeo, che ha misurato la distribuzione del tempo di una giornata tipo in 14 paesi UE, emerge che il numero di ore di lavoro al giorno è generalmente più alto per le donne che per gli uomini: un'ora in più in Italia, Slovenia, Estonia, Lituania, Spagna e Ungheria. Di conseguenza anche il tempo libero da dedicare alle attività sportive è ridotto: se in Svezia le donne hanno 20 minuti in meno rispetto agli uomini, in Italia la differenza raggiunge i 60 minuti. Le donne in Italia hanno meno tempo libero rispetto alle altre donne europee, 4 ore e 8 minuti, e sono, insieme alle francesi, al penultimo posto nella graduatoria, precedute solo dalle lituane (3h49').

In Italia il gap è particolarmente elevato perché nonostante gli uomini dedichino al lavoro retribuito più tempo delle donne, continuano a contribuire in misura marginale al lavoro familiare che, invece, impatta fortemente sulla vita delle donne italiane, determinando per queste ultime una riduzione di tempo libero. Di conseguenza le differenze permangono anche nel tempo dedicato alle attività sportive e l'esercizio fisico in generale: gli uomini trascorrono il 13,6% dei loro spazi praticando sport o altre attività fisiche (35'), le donne l'11% (23').

### **Milano alla ricerca del benessere mentale.**

Alla domanda sulla motivazione per cui si è deciso di investire in un'attività legata al fitness a Milano, il 100% dei soci APIIS intervistati conferma Milano capitale delle avanguardie del fitness, delle nuove tecnologie e, in quanto città della moda, anche delle nuove tendenze nel settore wellness. Il fatto che le multinazionali del fitness "passano" prima per Milano è un dato emblematico di questa tendenza. Milano è riconosciuta come centro moda che origina tendenze e orienta al futuro, soprattutto nel wellness. Un benessere non solo fisico, ma soprattutto psichico, tendenza confermata all'unanimità dai centri intervistati: il benessere psichico si ricerca nei centri sportivi data la mancanza di un'offerta "naturale" nella grande metropoli. Infatti è proprio nelle grandi città che i centri benessere hanno subito un incremento negli ultimi anni. Un'industria in costante crescita dal 2000 ad oggi. In quattro anni palestre, centri benessere ed estetici registrano un aumento, rispettivamente + 21,9%, + 90,6% e +27%. Nel panorama generale Milano detiene il primato in ogni settore: operano nel territorio milanese oltre il 37% delle palestre, quasi la metà dei centri benessere (48,4%) e più del 33% dei centri estetici. Anche a livello nazionale Milano è la provincia con il numero più elevato di imprese attive nei tre settori, seguita da Roma, Torino e Napoli. Un dato quello milanese che si allinea con il trend positivo nazionale e che giunge a superare la variazione media per i centri benessere: + 90,6% a Milano, + 67,6% la crescita media italiana. Dati che emergono da un'indagine della Camera di Commercio di Milano sull'evoluzione del settore dal quarto trimestre 2000 al quarto trimestre 2004.

## **Il benessere fisico come secondo obiettivo.**

Ma quali sono le attività preferite dagli italiani? Il modello “iperpalestrato” non è più di moda, il futuro del fitness saranno corpi snelli e sinuosi. Di conseguenza pesi e bilancieri lasciano il posto alla capacità di sapersi rilassare e a corsi che privilegiano l’aspetto armonico sia fisico che mentale. Il futuro del fitness sta nella sua capacità di far raggiungere uno stato di benessere psichico oltre che fisico. Per questo motivo i centri specializzati più noti stanno adattando le proprie offerte a questa richiesta sempre più continua: non più solo palestre, ma luoghi dove potersi rilassare e addolcire la propria struttura fisica, veri e propri centri benessere. L’unico modo per essere sempre al passo con le nuove richieste è diversificare l’offerta: non più solo tradizionali palestre, ma centri wellness dove l’offerta tradizionale è integrata da trattamenti estetici: si amplia l’area relax con centri benessere, spa, piscine, e solarium. Bagno turco, sauna e idromassaggio il più delle volte rappresentano una discriminante nella scelta di un club. Accanto ai tradizionali corsi come aerobica, step e spinning, attività che secondo studi di Assosport sono praticate dal 19% degli sportivi italiani, per la maggior parte dalle donne dell’Italia nord occidentale con un’età compresa tra i 25 e i 34 anni, si sono affiancate nuove discipline il più delle volte proposte oltreoceano: pilates, capoeira, una danza di guerra brasiliana, e ultima nata, l’acqua fit late, ovvero il Pilates applicato in acqua.

## **Chi frequenta i centri wellness? Ecco l’identikit.**

Dall’indagine svolta dall’Unione del Commercio di Milano su un campione di 51 centri wellness di Milano, emerge l’identikit del “frequentatore di centri wellness”.

Il 10% dei centri sportivi registra una presenza maschile del 70% e femminile del 30%, un 40% registra un 50% di presenza sia femminile che maschile, un 20% registra un 60% di presenza maschile e 40% femminile, un altro 20% 40% uomini e 60% donne ed infine un 10% di centri una presenza femminile nettamente superiore (90%) a quella maschile (10%).

Ma quale età hanno i frequentatori di palestra? Il 10% ha fra i 18 e i 25 anni, il 30% fra i 26 e i 30 anni, il 50% fra i 31 e i 40 anni, il restante 10% oltre i 41.

E che professione svolgono? il 10% sono studenti, il 30% impiegati, un 20% liberi professionisti e il restante 40% include attività varie.

Il 70% di frequentatori svolge attività sportiva dalle 18.00 alla chiusura del centro, un 10% dalle 7.00 alle 12.00, 10% dalle 12.00 alle 16.00 e il restante 10% dalle 16.00 alle 18.00.

Prerogativa essenziale nella scelta del centro sportivo è la presenza di palestra con attrezzi, seguita dalla possibilità di frequentare corsi e piscina; infine sta acquisendo sempre più rilevanza la presenza di un beauty center interno alla struttura.

Fra i corsi i più frequentati ci sono le nuove tendenze come pilates, yoga e i corsi definiti Body in Mind: corsi ad alta tonificazione ma a basso impatto che consentono un maggior rilassamento e minor sforzo. Questi sono ormai preferiti dal 70% degli iscritti, prevalentemente donne (90%), il 30% invece segue ancora i corsi tradizionali come aerobica, cardiofitness, step, gag.

Ma quali sono i fattori determinanti nella scelta di un corso? Il 30% degli intervistati lo fa in base all’obiettivo che si è prefisso con l’iscrizione al centro (le donne dimagrimento e tonificazione, gli uomini tonificazione e potenziamento muscolare), il 30% in base alla capacità di coinvolgimento dell’istruttore, il 20% in base agli orari e il restante 20% è legato al fattore moda, nuova tendenza.

Alla domanda su quali sono le motivazioni che spingono a frequentare il beauty center, il 70% ha risposto per rilassarsi e uscire dal quotidiano di Milano, il 20% per un benessere psichico e il restante 10% sempre in base al fattore moda.

Corso Venezia 47,49  
20121 Milano  
Telefono 02/7750.222/390  
Telefax 02/77.50.385  
e-mail: relazioni.esterne@unione.milano.it

