IL NUOVO CLUB

STRUMENTI DI MANAGEMENT
PER CENTRI SPORTIVI
E FITNESS CLUB

BIMESTRALE ANNO XXXI
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

173
GENNAIO
FEBBRAIO
2020

EURO 6,50

ISSN 1120-4931

WWW.FITNESSTREND.COM

FORUMCLUB
CULTURA, BUSINESS, INNOVAZIONE

INCHIESTA
IL FUTURO DEL FITNESS

L'INTERVISTA A
UMBERTO MILETTO

WEB, IL SITO PRIMA DI TUTTO

FITNESS ON AIR

A CURA DI DAVIDE VENTURI

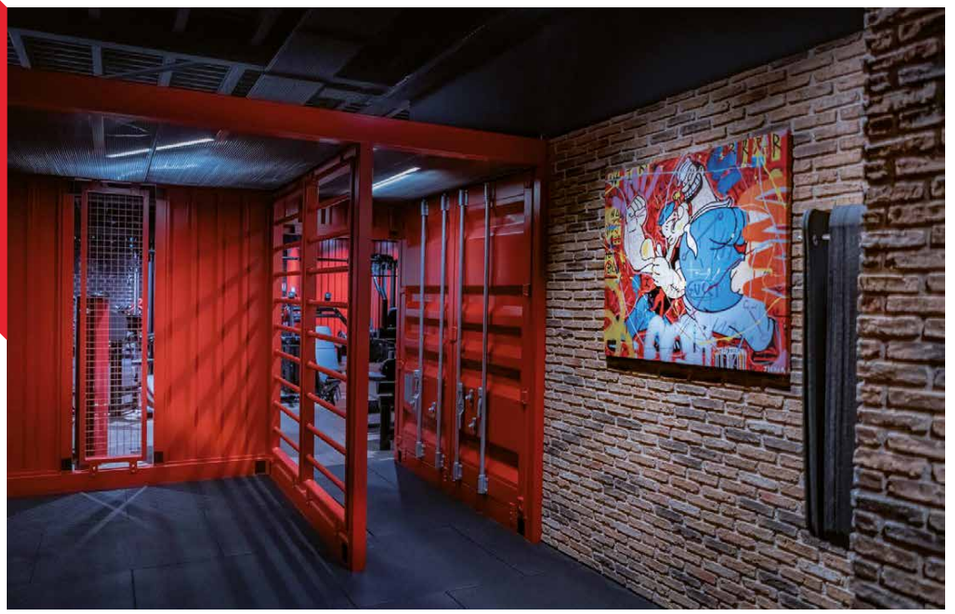
Frédéric Vallet

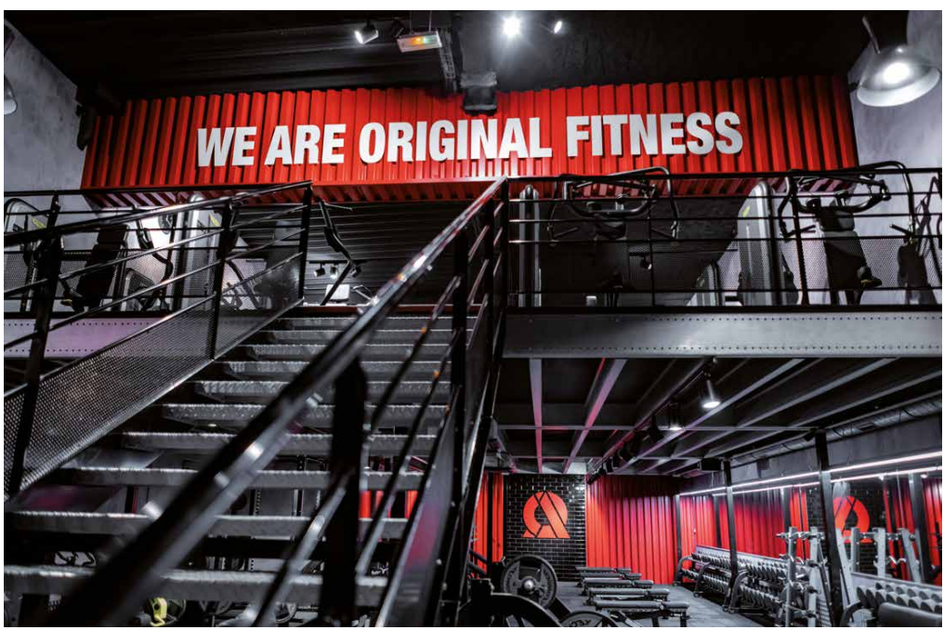
Cinque innovativi club ubicati a Parigi e dintorni destinati a moltiplicarsi con la formula del franchising. Frédéric Vallet, direttore generale del gruppo ON AIR, presenta una realtà innovativa e con le idee molto chiare

Tutto ha inizio nel 1995, quando **Claude Bolle**, ex ingegnere elettrotecnico, si iscrive a un centro fitness low cost indipendente che, di lì a poco, chiude i battenti per fallimento. Appena andato in pensione, decide di aprire un nuovo corso nella sua vita rilevando l'attività per realizzare il suo primo club. Lo fa attuando un modello di business assolutamente innovativo per l'epoca: ispirandosi alla nota pay tv *Canal +*, propone l'iscrizione mensile tramite addebito diretto su conto corrente, consentendo ai clienti di pagare su base mensile, liberi da impegni vincolanti a lungo termine, ovvero gli abbonamenti di lunga durata – in genere biennnali e associati al finanziamento – a quei tempi lo standard. A 25 anni di distanza, la formula introdotta dal lungimirante imprenditore francese è adottata dal 95 per cento dei club presenti in Francia. >

ON AIR

ORIGINAL FITNESS





DI PADRE IN FIGLIO

Il 2005 segna l'inizio di un nuovo corso: **Jacques Bolle** affianca il padre Claude. Ex pilota del motomondiale, attuale presidente della *Fédération Française de Motocyclisme* e giurista specializzato in diritto dello sport, ha le idee molto chiare e la prima cosa che fa è costruire un efficiente staff dirigenziale. Con la formula *low cost*, sviluppa l'attività dando vita a un network composto da 5 club, identificato dal marchio *Moving and Fitness Park*. Nel 2017 prende una decisione importante che segna un'altra svolta: crea il marchio *ON AIR* e, coerentemente con la filosofia che esprime, trasforma i cinque club ubicati a Parigi e dintorni. Due anni più tardi, per la precisione nel gennaio dello scorso anno, viene lanciato il franchising. Attualmente sono due i franchisee, ubicati ad Annecy e Béziers, ai quali se ne aggiungeranno presto altri.

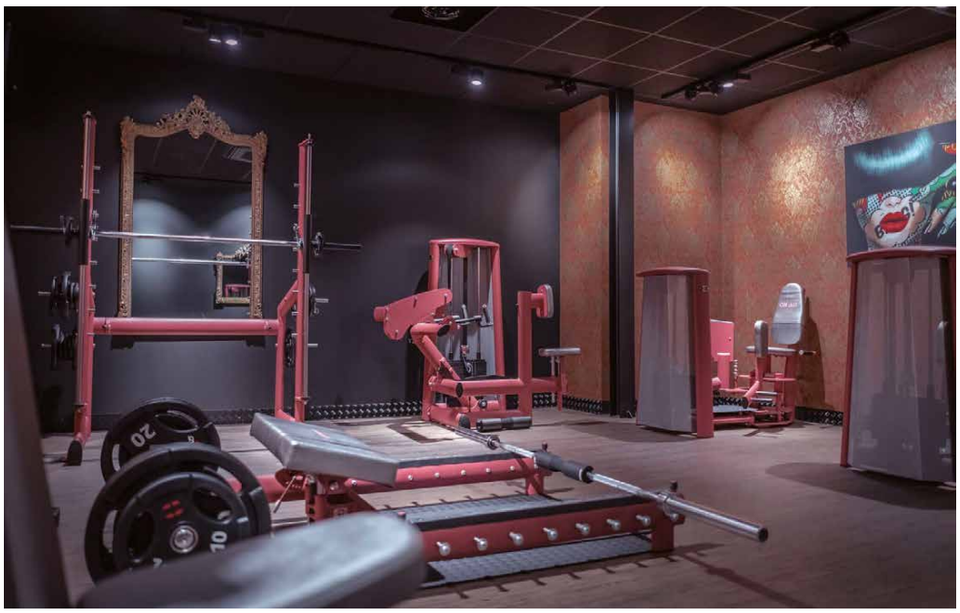
LA PAROLA AL DIRETTORE GENERALE

Per conoscere più da vicino questa interessante realtà – capace di distinguersi anche grazie a un design che crea un'atmosfera di grande impatto – abbiamo incontrato e intervistato il direttore generale **Frédéric Vallet**. Rompe il ghiaccio consegnandoci la "carta d'identità" dei club che dirige, svelandone la caratteristiche distintive: «I nostri centri, le cui dimensioni variano dai 1.000 ai 2.000 metri quadrati, sono suddivisi in diverse aree dedicate a specifiche attività. La nostra filosofia ruota intorno a un principio molto chiaro: tutto deve essere il più semplice possibile per i nostri clienti, a partire dalla formula di adesione e dai prezzi. Frequentare i club *ON AIR* costa meno di 1 euro al giorno, per l'esattezza 19,95euro il primo mese e 29,95 dal secondo in poi, senza alcun vincolo contrattuale e con la possibilità di allenarsi in tutti i club del network. Inoltre, gli iscritti possono, gratuitamente, condividere l'abbonamento con un proprio familiare».

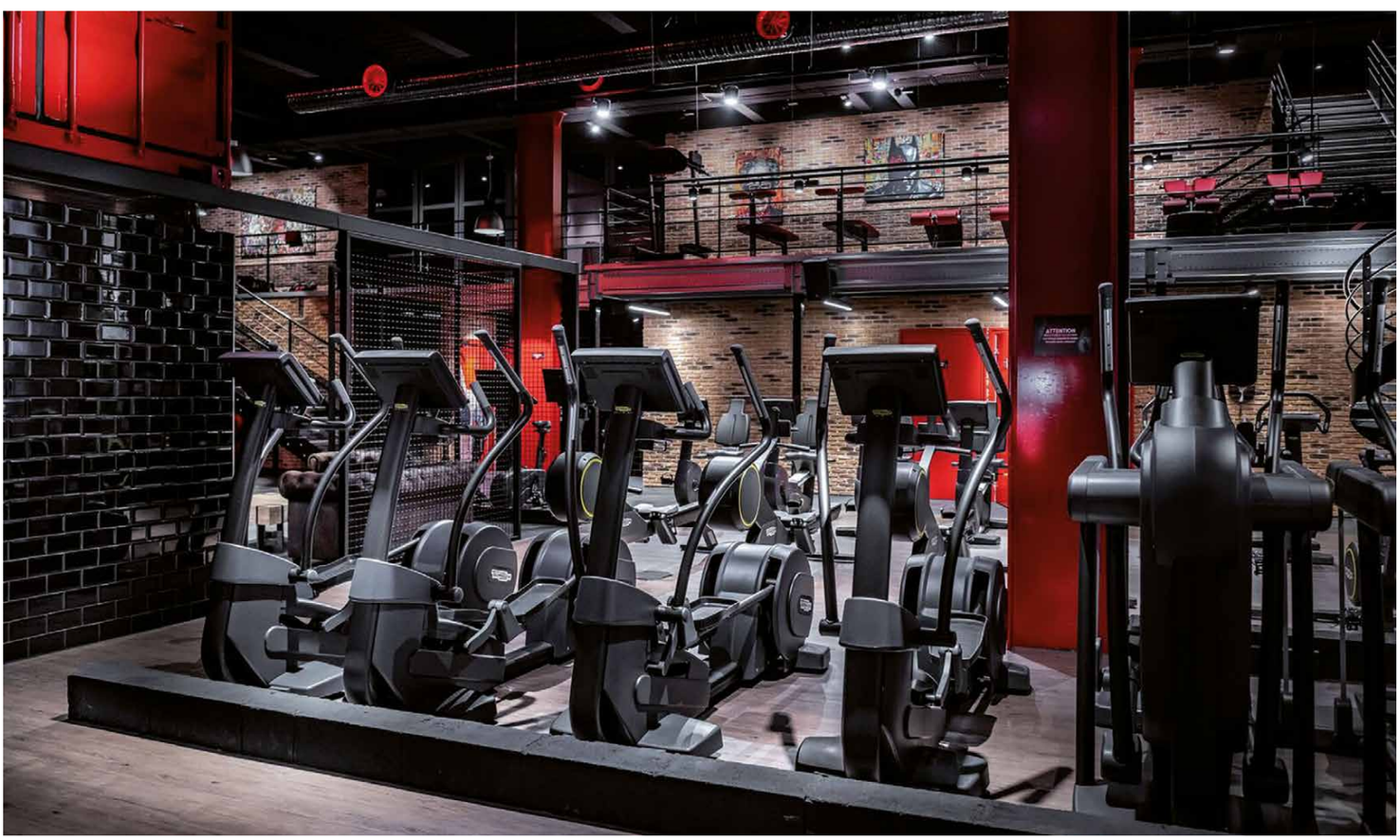
IL TARGET DI RIFERIMENTO

ON AIR, brand capace di innovare e posizionarsi con successo nel segmento di mercato *low cost*, si rivolge principalmente al target composto dai *Millennials*,

fascia di popolazione che oggi, nel mondo, è costituita da circa due miliardi di individui. Nota anche come *Generazione Y*, indica i nati fra i primi anni Ottanta e la fine degli anni Novanta, che oggi hanno un'età compresa tra 20 e 40 anni. «Queste persone – spiega Vallet – sono cresciute durante la diffusione delle nuove tecnologie, del web e dei social network. Per questa ragione le loro aspettative sono profondamente diverse da quelle delle generazioni precedenti: sono attratte dai prodotti e dai servizi nei quali si riconoscono dal punto di vista dell'identità, dei valori e dello stile di vita. In un futuro molto vicino, questa generazione deterrà, a livello mondiale, la maggior parte del potere d'acquisto: nel 2030 sarà responsabile del 75% dei consumi, incrementando ulteriormente la sua influenza sulle strategie attuate dalle aziende. Poiché sappiamo che oggi l'esperienza del cliente, nell'ambito della comunicazione, incomincia sul web, internet e i social media sono strumenti strategici imprescindibili per il nostro sviluppo. Ogni club – puntualizza il manager parigino – è dotato di Pagina *Facebook* e Pagina *Instagram* per interagire costantemente con gli iscritti tenendo in considerazione le loro aspettative soggettive nei confronti del club che frequentano. Utilizziamo questi canali digitali per diffondere notizie, promuovere eventi, proporre contenuti visivi e giochi, così come per incoraggiare la condivisione di storie ed esperienze. Il canale *YouTube* ON AIR è dotato di 5 *palylist* dedicate agli eventi, alla presentazione dei club, a suggerimenti per l'allenamento, interviste e ricette salutari».



>



FITNESS, MUSICA E DESIGN... GUARDANDO AL FUTURO

La sapiente fusione di fitness, musica e design sono alla base del successo ottenuto dall'innovativo brand transalpino che, prestando la massima attenzione ai dettagli, si rivolge a consumatori sempre alla ricerca di esperienze uniche. «Sapendo che la musica ha un potente effetto motivante, abbiamo deciso di conferirle un ruolo di primo piano, puntando su electro e hip-hop, dotando ogni club di Dj set per performance dal vivo. E i nostri iscritti – conclude Frédéric Vallet – possono estendere la loro esperienza musicale ascoltando le nostre playist in qualsiasi momento e ovunque si trovino tramite *Spotify*, *Deezer* o *Soundcloud*».

L'obiettivo di ON AIR è aprire – inizialmente in Francia – 10-15 club in franchising all'anno e 1 o 2 filiali. E se le cose andranno come auspicato, lo sviluppo internazionale sarà il passo successivo. ///

TeamSystem®

Scontrino elettronico: ti sei adeguato?

Addio a ricevute e scontrini fiscali!

Siamo presenti al
FORUMCLUB
6-7 marzo 2020, Palazzo del Ghiaccio, Milano
www.forumclub.it

Scopri subito
la soluzione in cloud
di TeamSystem
per palestre
e centri fitness

Contattaci su:

wellness@teamsystem.com
wellness.teamsystem.com
@teamsystem.wellness
+39 0423760608

acanto