



# tutto a mille euro iva compresa!

oltre  
la siepe

*I club che non dispongono di budget a molti zeri possono rinnovarsi e avere successo facendo leva sulla fantasia e sulla capacità di sorprendere i propri clienti con soluzioni semplici e accattivanti. Bastano pochi euro per realizzare margherite di legno colorate da appendere in ambienti che hanno bisogno di nuova energia*

di Roberto Coda Zabetta



*Per rinnovare un'area del club e sorprendere i soci, è ad esempio possibile realizzare dei fiori di legno, colorarli e appenderli alle pareti*



*Gli anni dell'entusiasmo spensierato, dei grandi budget, delle previsioni iperottimistiche sono finiti*

Siamo in un periodo dell'anno in cui si incomincia a capire come è andata la stagione, ci si confronta (poco, e spesso con scarsa sincerità...) con i colleghi e si incomincia a pensare alla stagione che arriverà. Alcuni ricorderanno quando ci si trovava alla fiera di Rimini (allora, i più, la chiamavano così) per decidere gli investimenti da sostenere e vedere le novità. Ognuno rimaneva chiuso nella sua bottega con pochissime informazioni dall'esterno (non esisteva ancora Internet, le reti commerciali delle varie aziende non erano così capillari e un biglietto per la costa occidentale degli Stati Uniti costava circa 2 milioni di lire, ovvero, in euro veri, circa 1500 euro); molti arrivavano a Rimini con i "soldi della cassa" e acquistavano per poter avere la palestra più nuova e bella alla riapertura. I commerciali delle aziende raccoglievano copie-commissioni a più non posso; il passaparola di quanto Tizio o Caio aveva raccolto come monte ordini e anticipi diventava un tam tam irrefrenabile che si trasformava in "leggenda metropolitana". Che bei tempi allora! L'entusiasmo la faceva da padrone e alcuni ci garantivano che nei successivi dieci anni il numero degli utenti sarebbe raddoppiato... che il fitness avrebbe cambiato il mondo... che lo sviluppo delle macchine avrebbe aumentato gli iscritti... che le macchine per il fitness, come per magia, si potevano pagare velocemente, si potevano ammortizzare in cinque anni, ma che per essere innovativi era in-

dispensabile sostituirle in breve tempo ovviamente per acquistare una "nuova novità" che sarebbe diventata vecchia perché soppiantata da una "nuova nuova novità"...

### game over!

Sveglia! È finita! Game over! Quell'era è finita, o meglio, non è mai incominciata. Ricordiamola con piacere perché ci è servita per crescere, ma rendiamoci conto che, come in tutte le cose, anche nel nostro settore esistono i cicli. Visitare le manifestazioni fieristiche è oggi diverso perché il mondo è diverso. Non ritengo giusto dire che sia meglio o peggio, ma, come è ovvio che sia, le cose cambiano. Leggete il box presente in queste pagine che ho ritenuto giusto introdurre per "recensire" un bel libro di Alessandro Baricco e capirete che cosa intendo. La fiera, per me, è un buon modo per incontrare persone che conosco senza dover fare molti chilometri, e siccome molte le conosco bene riesco a leggere tra le righe delle loro affermazioni cosa pensano veramente e, anche con un po' di supponenza, dove si sta andando. La curva ciclica è nella parte inferiore o, più prosaicamente, abbiamo toccato il fondo! Sì, siamo nella situazione "peggio di così non può andare!". I pessimisti dicono che non c'è mai limite al peggio, ma vi sono molti indicatori

che dimostrano che da questo momento in poi le cose potranno migliorare poco a poco. L'appiattimento della fantasia ha raggiunto il suo culmine e ormai tutti fanno le stesse cose da troppo tempo e quindi la selezione naturale è vicina. Ogni brutta esperienza serve per generare motivazioni nuove, quindi dobbiamo essere positivi pensando a un futuro migliore.

### la crisi sta finendo

Anche a Rimini ho vissuto un piccolo ritorno al passato: la componente "utilizzatore finale" (alias cliente entusiasta) è ricomparsa. Tra tanti personaggi che dal pedalare sono passati al camminare (sempre da fermi), tra personaggi veri che si sono trasformati in ologrammi, tra auto francesi guidate da driver improvvisati che dribblano piante immerse in pozzanghere, tra piccole bighe su cui ragazze dell'Est (inteso come "prodotti da sfruttare") portano in giro il loro lato B adeguatamente vibrato, ho rivisto il bagliore di qualche sorriso di nuovo incantato. Tocca a tutti noi dare seguito a tutto ciò unendo alla nostra buona volontà – chi non ce l'ha più cerchi di trovarla in fretta – una buona dose di sana incoscienza. Tempo fa, in un mio articolo, raccontai che ciò che si sa è ormai già vecchio perché è già passato. Quindi, ora che tutti dicono che la crisi c'è, credetemi, siamo vicini alla svolta, la luce è laggiù, chi non si è fatto accecare troppo dalla oscurità, incomincia a intravederla.

### 1.000 euro, ecco il budget!

Come fare, quindi, per poter essere in grado di traghettare il momento ed essere di nuovo pronti per un futuro più sereno? Definiamo ora bene gli investimenti che faremo per la prossima stagione pianificando già oggi: ho detto oggi, non domani... fannulloni! Quanto sarà il budget di spesa per la prossima stagione? Quanto dovrebbe essere, secondo me? Volete proprio saperlo? 1.000,00 euro (avete letto bene, euro mille virgola zero zero, non è un errore di stampa). Se qualcuno mi legge, se qualcuno, conoscendomi, sa che ho nell'anima (ammesso che ce l'abbia) la provocazione, crederà che questo, secondo me, è il vostro budget di spesa. È troppo facile esercitarsi e fare piani di sviluppo avendo tanti soldi a disposizione; fatelo fare a quelli che gli investimenti li fanno con i soldi degli altri. Dovete promettermi che un giorno del prossimo mese andrete a dormire e vi risveglierete con questo pensiero: «Ma quante cose posso fare con 1.000 euro?». Per evitare di raccontarvi delle stupidaggini, ho ritardato terribilmente la consegna di questo articolo per poter fare lo stesso esercizio e per poter capire se ero sulla strada giusta. Sì, questa strada è giusta; la mia compagna vuole mettermi fuori casa perché non ho pensato ad altro se non a questo, ma questa è la strada giusta.





Cercando "lasagne" con Google si scopre che su Internet ci sono più di tre milioni di siti dedicati a questa specialità culinaria



Il club può essere continuamente "rimodellato" come fosse pongo

Come è giusto che sia, e come spero sappiate, penso a quello che dico e che scrivo. Ritengo fondamentale che si cerchi di sopperire alla mancanza di disponibilità economica, anche se si tratta di una mancanza non grave, facendo leva sulla fantasia. Chi sa pianificare è sicuramente in grado di redigere un piano di sviluppo (*business plan*) che tenga conto degli investimenti e che, di conseguenza, gli consenta di preventivare i costi che dovrà sostenere e stimare i relativi ricavi. Spero che molti di voi l'abbiano già fatto qualche anno fa. Bene! Evitiamo quindi di farci trascinare in investimenti non necessari, o comunque entriamo nell'ottica che il rapporto tra costo e ricavo dei prossimi investimenti a breve termine (quelli non pianificati nel *business plan*) non superi la magica cifra di 1.000 euro. Avete deciso di sostenere un'iniziativa che vi costerà 45.000 euro? Okay, vorrà dire che dovrà garantirvi (avete notato che è sottolineato?) ricavi pari a 44.000 euro, non un euro in meno!

## spazio alla fantasia

La strada migliore qual è? Non spendere cifre, bensì spendere tempo in idee. Ovviamente ho fatto esercizio, anche chiedendo a destra e manca e utilizzando quei miei pochi collegamenti neuronali ancora attivi ed efficienti... ed ecco alcune "cosine". Masotti, amico vero, creativo verissimo, mi dice: «Con otto

tasselli piantati nei posti giusti, mi son fatto la palestra in casa, spendendo 8 Euro e 70 centesimi (punta per il trapano compresa)». Non riesco più a dormire pensando a questa frase. Avrò fatto un accordo con la Fischer o, come al solito, è più avanti qualche anno luce? È ovvio, tutto ciò non sostituisce quanto è stato inventato o potrà essere inventato da tutti gli ingegneri della Nasa messi insieme. Ma resta un fatto: chi ha idee non ha bisogno di investire molto quando non serve.

## costruire margherite

Pensiamo a qualcosa nella sala *indoor cycling*, o in un altro luogo da troppo tempo scuro e cupo. Andiamo al *Brico*, compriamo una latta di vernice ad acqua per muro antimuffa, qualche pannello di *MDF* (costa meno del compensato ed è facile da lavorare), un foglio di compensato, una lama per seghetto alternativo (non è un tipo magro con i *dred*, ossia i capelli da rasta). Torniamo in palestra e diamoci al bricolage. Disegniamo una bella margherita sul compensato utilizzando le nostre vecchie conoscenze di geometria o facendoci dare una mano dal nipote sputello. Dopo aver disegnato la margherita, la tagliamo con il seghetto, seguendo i segni fatti con un pennarello. Ecco! La nostra "dima" è fat-

ta. Ora non ci resta che usare la dima per tracciare su tutti i pannelli in *MDF* lo stesso disegno. Poi, con pazienza, poca perizia e un po' d'attenzione ritagliamo le nostre margherite. Andiamo dal nostro amico "Pierin il falegname" (esiste è a Boves, cittadina del cuneese, ma è solo uno degli innumerevoli falegnami in Italia) e gli chiediamo di forare le margherite di un diametro uguale ad alcuni cilindri di altezze diverse che gli facciamo fare con la fresa da legno. Oltre a ciò, ci facciamo colorare, mostrando al falegname una cartella colori, le margherite di tinte differenti. Il gioco è quasi fatto: una bella imbiancata al muro, se possiamo sostituiamo il pavimento con finto parquet in laminato prefinito bianco (oppure betulla) *IKEA*, attacchiamo con della colla i cilindri e inseriamo i fiori. Il gioco è fatto. Se vogliamo esagerare, possiamo usare dei tubi di luce che, illuminando il muro, creano giochi di ombre con i fiori posti a diverse distanze dal muro grazie ai cilindri di diverse altezze o addirittura montare dei porta-lampade sui cilindri reggi-fiore creando in questo modo delle fantastiche *applique*. Costo dell'operazione? Da 150 a 500 euro, tutto compreso.

Non voglio darvi l'idea che architetti e designer possano essere soppiantati dalla vostra fantasia e dal bricolage. In realtà vorrei farvi capire quanto sia importante utilizzare la nostra capacità di fare per poter trasmettere ai nostri clienti la

sensazione del cambiamento. Qualcuno dei lettori ricorderà il concetto della palestra *Pongo*, ovvero la possibilità di plasmare le strutture del club modificandolo esattamente come un bambino utilizza il pongo sfruttando la sua fantasia.

Volete un'altra proposta, restando nell'ottica della flessibilità e del ricondizionamento dell'ambiente? Tra pochi giorni un barcone sul Tevere, in una zona centrale di Roma, diventerà un piccolo centro fitness. Sapete come abbiamo fatto per creare motivazioni sempre nuove in un contesto già così innovativo? Le tre sale in cui si fa attività fisica e l'area relax/ristoro/lounge cambieranno ogni tre mesi, ovvero seguiranno i colori delle stagioni. Accessori come le margherite o altri componenti d'arredo ricorderanno la stagione in corso abbinando colori a cose e, ovviamente, anche le attività e il palinsesto dei corsi seguiranno l'andamento naturale della vita e non quello innaturale della metropoli. Si terrà una serata a tema ogni tre mesi, sponsorizzata da un'azienda collegata alla stagionalità, nel corso della quale verranno regalati gadget e prodotti intelligenti... e il gioco è fatto. Costo dell'operazione? Ovviamente meno di 1.000 euro, addirittura in un anno!

Altri modi di investire le cifre alle quali ho fatto accenno? Innumerevoli. Vendete lo spazio dei



vostrì specchi ad aziende intelligenti. Quanti specchi ci sono nelle vostre palestre? Molti; per qualcuno addirittura troppi. Quasi tutti i clienti hanno l'occhio che, oltre a cadere sul tipo o la tipa interessante, cade inevitabilmente sull'agognato miglioramento del proprio corpo. Negli spogliatoi, nei bagni... gli specchi in sala... quante immagini ovviamente familiari (noi stessi!) possono essere abbinate a comunicazioni pubblicitarie che ci fanno sentire "più in sintonia" proprio perché "integrate" alla nostra stessa immagine. Un modo eccellente per vendere spazio senza distruggere l'ambiente con spot troppo invasivi e prepotenti. Eleganza, funzionalità e... ricavi. Idea, quindi, addirittura in grado di produrre risultati di natura economica.

## consorziati è meglio

Entriamo ora in un argomento meno prosaico e comunque degno di approfondimento. Nei nostri prossimi incontri andremo ad approfondire l'argomento dei consorzi (già accennato per altro nell'articolo pubblicato nel numero precedente). Ecco un investimento che consente di elevare a potenza il denaro messo in campo. Un buon numero di palestre di dimensioni relativamente piccole che, invece di farsi una guerra inutile, decidono di fare gruppo. Cercheremo,

nei prossimi numeri, di approfondire l'argomento dal lato tecnico, ma credetemi: i margini operativi ci sono e sono interessanti. Quindi mettiamo in campo i nostri 1.000 euro per fare volume con gli altri nostri colleghi ed essere in grado di investire insieme su ciò che, da soli, non ci potremmo permettere. Conoscenza, cultura, ma soprattutto formazione *ad hoc* costano, ma restituiscono molto. Diventiamo gruppo di acquisto per acquistare conoscenza. Poniamoci come potenziali clienti, ma consorziati; l'approccio sarà più semplice, ma più pregnante. Spendiamo parte del "gruzzolo" in pareri, formazione e viaggi che da soli non potremmo permetterci; un ulteriore valore aggiunto impagabile è il confronto "in diretta". Risolvere dubbi, sentir nascere dentro di sé esigenze mai avvertite, confrontare sensazioni con persone coinvolte come noi nello stesso "brodo"

Mi piacerebbe raccogliere tante sciocchezze sul nostro ambiente nate sia dall'interno che dall'esterno (molto più facile). Se avete voglia di darmi una mano spedite una mail a: [oltrelasiepe@ilcampo.it](mailto:oltrelasiepe@ilcampo.it)

dà una resa eccezionale ed è questo il valore aggiunto del viaggiare in consorzio. Il tutto per la modica spesa di 1.000 euro! Cosa volete di più dalla vita? Potrei trattenermi ancora elencandovi tanti altri modi per non spendere troppo, ma credo sia più giusto lasciarvi liberi di esprimere la vostra fantasia, la vostra voglia di "inventare" soluzioni adeguate ai vostri clienti, utilizzando meno denaro e più esperienza e creatività. Forza! Tutti insieme possiamo farcela a creare un nuovo modo di essere impresa, con entusiasmo e fiducia, il tutto a 1.000 euro. Iva compresa, ovviamente! ●



Roberto Coda Zabetta

Creatore dei marchi Why be normal? e Officina del Movimento, Roberto Coda Zabetta ha introdotto e sviluppato l'attività Spinning sul mercato italiano. È stato partner in società di consulenza e successivamente direttore generale di Colombo Sport & Fitness e WBN (distribuendo dapprima Schwinn e successivamente Startrac). Attualmente collabora con alcune aziende di rilevanza internazionale tra cui Also Enervit e Les Mills.



## I Barbari

Saggio sulla mutazione  
di Alessandro Baricco  
pp. 213, Euro 7,50  
Feltrinelli 2008

Ma arrivano i barbari oppure sono già arrivati? Non potrebbe invece essere che, come è ovvio, un'altra mutazione è in atto? Chi non pensa di essere barbaro dà del barbaro a chi è diverso da lui. E se i nostri figli incominciassero a "guardare vogliosi l'acqua", si grattassero dietro le orecchie quasi a farci presagire che poco a poco una nuova generazione con le branchie potesse nascere grazie a una particolare mutazione genetica?

Internet era nato per aumentare la possibilità di comunicare più velocemente tramite il sistema delle e-mail ed ecco che, senza volerlo, si scoprì che la valenza era l'enorme conoscenza e informazione reperibile grazie ai motori di ricerca. Ecco che scrivendo "lasagne" su Google ci si può connettere con 3 milioni e 360.000 siti dedicati a questo argomento.

È vero che Report (il programma d'inchiesta giornalistica di Rai Tre) è molto diverso dai reality show, eppure coesistono in uno stesso mondo in evoluzione. Tanti altri argomenti sono affrontati con un fantastico denominatore comune: l'analisi del cambiamento cercando di capire che anche l'invasione dei barbari (ovvero di chi non fa parte del nostro mondo abituale) può essere la dimostrazione che tutto si può evolvere senza necessariamente pensare, in modo nichilistico, all'ennesima rovina.

Un libro che ci dà coraggio, che fa pensare, non difficile e che, proprio perché lontano dal nostro mondo, può rivelarsi un utile manuale per poter capire meglio che ciò che sta avvenendo proprio nel nostro settore deve darci speranza e nuovo vigore. Non so se sia abituale affrontare questi argomenti su una testata di settore come questa. Ma perché essere abituali? Meglio osservare l'orizzonte, oltre la siepe.