

il club della salute



Il medical wellness, ovvero l'integrazione sinergica e armonica tra esercizio fisico, benessere e medicina, offre agli operatori di club una grande opportunità per conquistare ampie fasce di una popolazione sedentaria e "acciaccata". Per approfondire un argomento ampio e articolato, abbiamo interpellato alcuni operatori che "cavalcano", con convinzione e coerenza, questo nuovo approccio. I loro case history offrono diversi spunti interessanti a chi intende imboccare la strada che porta al futuro

Ogni giorno, da un po' di tempo a questa parte, si sente parlare di *medical wellness*, *medical fitness*, *fitness e benessere olistico*, *attività fisica come farmaco*... tutte espressioni che esprimono il legame sempre più stretto, per non dire inscindibile, tra esercizio e salute. È la scoperta dell'acqua calda o, se preferite, dell'uovo di Colombo, ma indica, a livello mondiale, un'importante presa di coscienza di un settore, quello dei fitness club, che si è finalmente reso conto di avere un prodotto straordinario al quale nessuno dovrebbe rinunciare.

Da tempo *Il Nuovo Club* affronta questo argomento da diverse angolazioni e con la consueta visuale internazionale per una ragione molto semplice: il futuro passa in gran parte attraverso la capacità di associare le attività e i servizi offerti dal club alla salute e al benessere di fasce di popolazione sempre più ampie e variegate. È questa la grande sfida da raccogliere e vincere per sopravvivere e prosperare. Non è dunque un caso che un

numero crescente di operatori, in Italia e nel mondo, abbia fatto suo l'approccio che mette la salute – e più in generale la qualità della vita – al centro dell'attenzione. Come? Collaborando e dialogando con il comparto medico e sanitario, offrendo servizi e attività che rispondono in modo concreto alla grande domanda, fin'ora soddisfatta solo in minima parte, di benessere accessibile.

Nei numeri scorsi abbiamo presentato alcuni interessanti case history di club specializzati nel medical wellness, tra i quali figurano un mostro sacro statunitense come il Centro realizzato dal Dottor Cooper (cfr. *Il Nuovo Club* n. 95), il club *Lifesmart* di Londra (n. 115), *L'Alexa Wellness Club* di Salerno e il *Centro Cuore & Salute* di Reggio Emilia (n. 118) e più recentemente la *Bowskill Clinic*, ancora una volta nella capitale britannica. In queste pagine presentiamo altri case history che forniscono interessanti spunti che possono fungere da modello, indicando diverse strade percorribili per aggiornare la propria offerta e conquistare nuove fasce di clientela.

di Davide Venturi

un modello britannico

Nel Regno Unito non mancano esempi di strutture che si sono specializzate nell'integrazione tra fitness e attività medicali. Da più di cinquant'anni, *Nuffield* è sinonimo di assistenza sanitaria erogata tramite ospedali e cliniche specializzate. Alcuni anni fa, in seguito all'acquisizione della prestigiosa catena di club *Cannon's*, gli storici marchi *Nuffield Hospitals* e *Proactive Health* si sono fusi in *Nuffield Health*, aprendo di fatto un nuovo corso nel quale l'esercizio fisico gioca un ruolo fondamentale in chiave sia preventiva sia curativa, interagendo in modo sinergico con il settore medico per mettere in pratica il *medical wellness*. Oggi *Nuffield* è un network composto da più di 200 strutture – che comprendono ospedali privati, cliniche specialistiche, centri fitness/benessere e unità diagnostiche – in grado di erogare un'ampia gamma di trattamenti e servizi personalizzabili, ovvero un'assistenza completa finalizzata al recupero, al mantenimento e al miglioramento dello stato di salute. Essendo la maggiore *health charity* della Gran Bretagna, dunque una realtà no profit, indipendente dallo stato e priva di azionisti, è libera di reinvestire i profitti per migliorare il proprio servizio cercando così di soddisfare e addirittura anticipare ogni esigenza della propria clientela. Una posizione decisamente vantaggiosa che consente al colosso d'Oltremania di sfidare costantemente lo *status quo*, di precorrere i tempi e fare le cose al meglio, coniugando la logica del business e dell'efficienza aziendale con i valori che contraddistinguono gli enti benefici. Come *charity*, l'indicatore del successo è il miglioramento della salute del maggior numero possibile di persone, come azienda è la soddisfazione a lungo termine della clientela. Oggi i centri fitness targati *Nuffield Health* presenti sul territorio britannico sono 50 e si distinguono per un approccio decisamente innovativo alla salute e al fitness, frutto di un'esperienza cinquantennale nel comparto sanitario. Per comprendere l'importanza di questa realtà, basta dire che nel corso del 2009 qualcosa come 700.000 persone hanno fruito di almeno uno dei tantissimi servizi offerti, che vanno dalle lezioni di yoga alle attività in acqua, dalle indagini diagnostiche agli interventi chirurgici



Il club può diventare un insostituibile "erogatore di salute", integrando in modo sinergico esercizio fisico, relax e medicina

più complessi. Un'offerta resa possibile dal lavoro di migliaia di specialisti della salute e del benessere.

saper comunicare

In una recente intervista rilasciata alla rivista britannica *Health Club Management*, **Laura Kerby**, amministratore delegato di *Nuffield Health fitness & wellbeing*, il dipartimento che si occupa in primo luogo di attività fisica, illustra un approccio olistico alla salute e al benessere che può fungere da modello di eccellenza e concretezza per molti operatori italiani. Dalle sue parole si evince che il colosso britannico ha le idee molto chiare sulle strategie e i metodi di lavoro da attuare, così come sulla comunicazione. La campagna pubblicitaria lanciata lo scorso settembre ruota intorno a una dichiarazione che esprime tutta la forza di questo marchio: "Sette su dieci dei nostri soci hanno migliorato

la propria salute e la propria forma fisica con noi. Fatti". Un'affermazione che si basa su dati scientificamente rilevati. Ogni iscritto viene infatti sottoposto a quello che viene definito "collaudo della salute", un'anamnesi che, tramite una serie di test – che vanno dalla misurazione della pressione sanguigna alla colesterolemia, dalla valutazione dell'indice di massa corporea al VO2 Max – consente di valutarne le condizioni fisiche assegnando un "punteggio della salute", ovvero un valore percentuale che esprime lo stato di benessere. I test vengono quindi eseguiti nuovamente tre mesi più tardi e se questa percentuale migliora, i soci vengono premiati, ad esempio con un mese di iscrizione supplementare o con sessioni gratuite di personal training. Fino ad oggi ben 36.000 persone sono state sottoposte a questa seconda valutazione (cifra destinata a raggiungere le 65.000-70.000 unità entro la fine >



Doc. Aspria

Il club può, oggi più che mai, offrire a qualsiasi persona un prodotto straordinario, indispensabile per la tutela della salute

del'anno, ovvero circa la metà della clientela) e i dati raccolti sono davvero lusinghieri. Basti dire che il 58 per cento ha perso peso e ha abbassato il proprio indice di massa corporea, il 50 per cento degli uomini e il 43 per cento delle donne hanno ridotto il proprio girovita e ben il 71 per cento ha migliorato il proprio punteggio. Questo metodo di lavoro ha un forte effetto motivazionale sugli iscritti in quanto fornisce loro costanti feedback, più esattamente prove scientifiche dei progressi che compiono grazie al regolare svolgimento di attività fisica. In questo modo, le persone hanno la costante percezione di fare qualcosa di importante per la propria salute e questa consapevolezza si traduce in costanza e fedeltà. E a tutto ciò va aggiunto che il fitness e i servizi medico-sanitari si integrano in modo armonico alimentandosi a vicenda. Non a caso da due anni a questa parte Nuffield ha ampliato la sua offerta di servizi clinici per soddisfare appieno la clientela dei suoi centri dedicati al fitness, al benessere e al relax e attrarre nuovi target.

la clinica nel club

Attualmente 15 dei 51 *Fitness & Well-being Centre* sono dotati di "clinica" e l'obiettivo è raggiungere presto quota 25. Si tratta di quattro o cinque sale dedicate a fisioterapia, fisiologia e laboratori per le analisi, i cui servizi sono rivolti sia ai soci del club (a prezzi scontati) sia ai non iscritti (che in questo modo scoprono il club e po-

trebbero iscriversi). Presto, come ha spiegato Laura Kerby, verranno proposti nuovi pacchetti di servizi e attività da offrire insieme all'iscrizione e sicuramente il "collaudo della salute" si evolverà prevedendo anche la valutazione posturale, il livello di stress, la qualità del sonno e lo stato di idratazione, nonché un'approfondita analisi nutrizionale che terrà in considerazione le abitudini alimentari e il fondamentale rapporto emozionale con il cibo. Professionisti specializzati in aree diverse – tra i quali medici generici, psicologi, nutrizionisti, fisioterapisti ed esperti di esercizio fisico – collaborano per configurare programmi su misura e ottenere un cambiamento comportamentale.

il metodo show

Fin dal suo debutto nel settore del fitness, avvenuto nel 2005, *Show Personal Training Club* di Padova (cfr. *Il Nuovo Club* n.103) ha avuto come mission la diffusione della cultura del benessere attraverso il medical wellness. I due centri identificati da questo marchio, entrambi ubicati nel capoluogo veneto, propongono un servizio di personal training esclusivo, basato sul *Metodo Show* che, tenendo in considerazione i dati emersi dalle più recenti ricerche scientifiche, propone approcci differenziati rivolti a tre principali fasce di fruitori: *Sport, Health e Wellness people*. "Il target Sport – spiega *Giorgio Leo*, uno dei titolari e fondatori di *Show Personal Training Club* – comprende

tutte le persone che intendono svolgere attività fisica per migliorare le proprie prestazioni sportive. Negli ultimi anni ci siamo specializzati nella preparazione atletica di chi pratica golf, pallavolo e in special modo running. Il target *Health* riguarda circa l'80 per cento dei nostri clienti ai quali offriamo programmi personalizzati che forniscono una risposta concreta alle più diffuse e importanti patologie metaboliche e osteoarticolari, quali diabete, ipertensione, obesità, disturbi alimentari, patologie cardiovascolari, deficit osteo-articolari, deficit tendinei, muscolari e nervosi e fibromialgia. L'attività fisica praticata con costanza e sotto stretto controllo medico diventa così un vero sussidio per i trattamenti farmacologici tradizionali. Il target *Wellness* – prosegue *Leo* – si riferisce invece a tutte le persone che nel corso della giornata accumulano stress, alle quali mettiamo a disposizione un luogo in cui poter rilassare sia il corpo sia la mente. Allenarsi in un ambiente accogliente e sotto la guida di un personal trainer è, a nostro avviso, il modo ideale per riappropriarsi del proprio equilibrio e riacquistare vigore fisico e mentale». *Show Personal Training Club* ha siglato un accordo di partnership con il *Gruppo Data Medica*, importante realtà sanitaria che dispone di sei poliambulatori nella provincia di Padova e offre servizi di analisi medica, prevenzione, diagnostica e medicina personalizzata. «Questa partnership è strategicamente importante – sottolinea *Leo* – in quanto consente ai nostri clienti di accedere a servizi di diagnostica e prevenzione attraverso un canale privilegiato che associa la qualità alla rapidità. Inoltre, ci ha permesso di instaurare preziosi rapporti di collaborazione con diversi medici specialisti che contribuiscono a diffondere la cultura della prescrizione dell'esercizio fisico».

il fitness in farmacia

I due club patavini collaborano inoltre con una storica farmacia della città – la *Farmacia Ciato* – con la quale, dall'inizio del 2012, stanno sviluppando il progetto denominato *Fitness Pharmacy*, in virtù del quale viene messo in vendita il "farmaco-esercizio" denominato *VivInFit*. Un'iniziativa originale, anche se non l'unica di questo tipo in Italia, il cui obiettivo primario

è attirare l'attenzione dei clienti della farmacia e sensibilizzarli nei confronti dell'attività fisica. «La confezione di *VivInFit* – precisa *Leo* – è venduta al prezzo simbolico di 1,99 euro e contiene un bugiardino che spiega in modo dettagliato come allenare le 3F, ovvero fiato, forza e flessibilità. Contiene inoltre due buoni per svolgere gratuitamente altrettante sedute di *personal medical training* presso i nostri club, ma l'iniziativa intende anche consentire al "paziente" di svolgere attività fisica in modo autonomo. L'obiettivo non è solo acquisire nuovi clienti, bensì "mettere in moto" il maggior numero possibile di persone».

combattere contro il cancro

Show Personal Training Club fa inoltre parte del gruppo di lavoro che ha sviluppato il progetto *ACT* (attivi contro il tumore), promosso dallo *IOV*, l'Istituto Oncologico Veneto. «Il progetto – spiega *Leo* – coinvolge 80 persone affette da neoplasie alla mammella e al colon ed è portato avanti da sette strutture del territorio, tra le quali la nostra che accoglierà una parte di questi pazienti che verranno seguiti per un anno con sedute di personal training, beneficiando di sovvenzioni economiche per tutta la durata del progetto. Un esempio, a nostro avviso, che la sanità italiana dovrebbe seguire poiché siamo fermamente convinti che sia questo il presente e il futuro del paziente medicale, e non solo a livello italiano».

cultura e sensibilizzazione

L'intraprendente sodalizio patavino è basato sulla convinzione che cultura e sensibilizzazione giochino un ruolo chiave e fa tutto il possibile per diffondere quante più informazioni possibili sul medical wellness. Il canale *YouTube* di *Show*, ad esempio, propone diversi filmati dedicati ai benefici dell'esercizio fisico, mentre lo scorso giugno, insieme al Comune e con il Patrocinio della Provincia di Padova e della Regione Veneto, ha organizzato il convegno medico *Esercizio fisico: il farmaco buono. Prevenzione e terapia attraverso il movimento* al quale hanno partecipato figure di spicco tra le quali primari ospedalieri, docenti universitari, il rettore dell'Università di Padova, il vice-sindaco di Padova e la vice presidente dell'Ordine dei Medici

Chirurghi e Odontoiatri della Provincia di Padova. «Siamo riusciti a coinvolgere nomi di spicco e ottenere il loro sostegno per sensibilizzare i medici circa l'importanza dell'esercizio fisico svolto regolarmente e in modo scientifico. Il nostro obiettivo – chiarisce *Leo* – è convincerli a prescrivere ai loro pazienti. Abbiamo infatti creato una scheda di prescrizione del "farmaco-esercizio" in occasione del convegno e l'abbiamo consegnata a tutti i medici di base e dello sport della provincia per facilitare la comunicazione tra medico e professionista dell'esercizio fisico. Questo strumento dovrebbe inoltre semplificare l'assistenza rivolta a diabetici, cardiopatici, malati oncologici, depressi e ipertesi. Il convegno – prosegue *Leo* – ha registrato 160 iscrizioni, ottenendo una sorprendente partecipazione da parte dei medici del territorio, ospedalieri e di base – alcuni molto noti a livello nazionale, ndr – e suscitando l'interesse dei media locali e regionali. *Il Mattino di Padova* e *Il Gazzettino del Veneto* hanno redatto un articolo sull'evento, mentre il Tg3 del Veneto gli ha dedicato un servizio nell'edizione delle 14 dell'11 luglio. Inoltre – conclude *Leo* – abbiamo appena pubblicato gli atti del convegno che saranno messi a disposizione della Biblioteca dello Sport di Padova e delle Facoltà di Medicina

e di Scienze Motorie dell'Università di Padova come guida alla prescrizione dell'esercizio fisico per le principali patologie cardiologiche, osteoarticolari, metaboliche e oncologiche».

active doctors, active patients

Fausto Di Giulio, titolare del club *Medical Sport* di Tortoreto Lido, in provincia di Teramo, si occupa di attività "medicali" da circa vent'anni, ovvero sin dall'apertura del suo club il cui nome svela una concezione ben precisa dell'esercizio fisico, inteso come "farmaco naturale" dai portentosi effetti preventivi e curativi. «Sin dall'inizio – spiega *Fausto Di Giulio* – ho deciso di integrare la componente fisioterapica, essendo io stesso fisioterapista, con l'esercizio fisico, essendo diplomato ISEF. Con il passare del tempo abbiamo via via sviluppato la nostra offerta di servizi e attività. Oggi molte persone che soffrono di specifiche patologie in forma acuta si rivolgono a noi per essere affidate a un fisioterapista o a un altro specialista il cui trattamento *ad hoc* risulta indispensabile per ridurre i sintomi. Quindi si passa alla seconda fase, ovvero alla "terapia" consistente nello svolgimento di esercizio fisico che, nella maggioranza dei casi, deve diventare un vero e proprio stile di vita >

Alcuni dei medici che hanno aderito all'iniziativa "Active Doctors, Active Patients", organizzata in collaborazione con il Ministero della salute



Tra i tanti servizi "medical" che il club può offrire figura sicuramente la valutazione posturale



per mantenere lo stato di salute e benessere riconquistato. E nell'ambito del fitness, proponiamo tre soluzioni: il personal training individuale, l'allenamento svolto in gruppi ristretti composti da un minimo di 3 a un massimo di 5 persone, oppure lo *Slow Fit*, ovvero l'allenamento di gruppo rivolto alle tante persone – la stragrande maggioranza della popolazione, ndr – che hanno bisogno di svolgere regolarmente esercizio fisico mirato. Ma in genere queste persone – puntualizza Di Giulio – non si possono permettere due o tre sessioni di personal training alla settimana che in vent'anni, facendo due calcoli, verrebbe a costare qualcosa come 70.000 euro. Lo *Slow Fit* mette in pratica la cosiddetta "personalizzazione di massa". Concretamente, abbiamo realizzato protocolli standardizzati per 54 patologie specifiche, scientificamente validati. Una volta che il soggetto è stato sottoposto alla valutazione iniziale, viene inserito in un gruppo nel quale svolge un programma d'allenamento di alta qualità, ovvero personalizzato in base alle sue specifiche esigenze, ma svolto insieme ad altre persone. Questi programmi, ovviamente, sono proposti a prezzi molto più bassi rispetto alle lezioni di personal training individuali o rivolte a gruppi ristretti, risultando accessibili a tutti (500 euro in un anno contro i quasi 5.000 con un personal trainer). Il metodo *Slow Fit*, che ho sviluppato basandomi sull'esperienza maturata sia in Italia sia all'estero e collaborando con prestigiose aziende,

ha un'altra qualità molto importante: favorisce la socializzazione e non rinuncia al divertimento, anche al di fuori della lezione con l'organizzazione di eventi piacevoli. Due componenti – sottolinea Di Giulio – fondamentali per rendere l'attività fisica piacevole e, dunque, praticabile con regolarità e per lungo tempo, possibilmente per tutta la vita».

dialogare con i medici

Ovviamente un club che fa del medical fitness, e più in generale del medical wellness, il suo "core business" deve necessariamente dialogare con i medici. Da cinque anni un membro dello staff *Medical Sport* funge da divulgatore scientifico dello *Slow Fit* nei confronti dei medici. Ogni quaranta giorni visita i medici della zona informandoli sulle ultime novità e tendenze e, non meno importante, sui progressi compiuti dai pazienti che gli stessi medici hanno inviato al club tramite appositi resoconti. «Per incoraggiare i medici a inviarci i loro pazienti – precisa Di Giulio – oltre a restare costantemente in contatto, forniamo loro un vero e proprio strumento, ossia un apposito ricettario per prescrivere lo svolgimento di attività fisica».

Inoltre, almeno una volta all'anno, il club di Tortoreto Lido ospita l'iniziativa *Active Doctors, Active Patients*, evento ufficiale organizzato in collaborazione con il Ministero della salute. Si tratta di una giornata nel corso della quale i medici frequentano il club per

assaggiare il fitness. «A livello teorico e scientifico – sottolinea Di Giulio – i medici sanno di tutto e di più. Sanno perfettamente che l'esercizio fisico è indispensabile per mantenersi in salute, ossia per curare e prevenire tante malattie. Ma indurli a provare in prima persona per comprendere quali sensazioni si provano durante e dopo l'allenamento credo sia fondamentale. Solo così è possibile far capir loro, fino in fondo, il valore del nostro straordinario "prodotto". Molti medici hanno ancora un'immagine dei centri fitness stereotipata, legata al body building e all'utilizzo di steroidi. Dobbiamo dunque far capire loro che, nella stragrande maggioranza dei casi, non è più così».

Il corso di medical fitness proposto dal club abruzzese è in assoluto quello che riscuote i maggiori consensi e il più redditizio. Inoltre, fidelizza i frequentanti per dodici mesi all'anno e non va mai sotto la soglia del 70 per cento di presenze sul totale degli iscritti, persino nel mese di agosto, diversamente da altre attività di gruppo che vengono sospese durante la stagione estiva. «Il medical fitness di gruppo – sottolinea Di Giulio – ci sta dando grandi soddisfazioni. È molto apprezzato dalla nostra clientela e ci possiamo permettere di venderlo a un prezzo più alto rispetto ad altre attività di gruppo. E non è tutto: se ben gestito, costa addirittura meno di altre attività e spesso risulta propedeutico ad altre attività offerte dal club.

il medical wellness come processo

Nel club *La Wellness* di Milano il medical wellness è considerato non un insieme di servizi più o meno legati alla sfera medica, bensì un processo, un sistema, un approccio operativo all'interno del quale l'attività medica e il fitness, nelle loro diverse declinazioni, si integrano in modo sinergico. Coerentemente con questa visione, chi frequenta lo storico club meneghino entra in contatto con la componente "medical" sin dal momento dell'iscrizione: oltre a sottoporsi alla visita medica di prassi, sostiene un colloquio con un trainer e con il medico stesso. Inoltre, assistito da un istruttore, si sottopone a due o tre test indispensabili per valutare le condizioni fisiche e comprendere le specifiche esigenze. E se nel corso di questi accertamenti

preliminari viene rilevata qualche patologia o problema fisico specifico, il cliente viene affidato a uno specialista. «Questo screening iniziale – spiega **Gerardo Ruberto**, manager del club – è per noi essenziale per comprendere quali attività si addicono al soggetto che abbiamo di fronte o addirittura se può svolgere attività fisica senza correre il rischio di peggiorare le proprie condizioni fisiche. Inoltre, il nostro iter prevede una prima seduta di orientamento nel corso della quale un istruttore qualificato comprende le esigenze del socio per poter fornire indicazioni adeguate e indirizzare la sua attività nel club. Una persona che ad esempio soffre di mal di schiena può decidere di svolgere attività fisica specifica per liberarsi di questo fastidioso disturbo e lo stesso discorso vale per chi vuole eliminare i chili di troppo. Ma far camminare o correre una persona su un tapis roulant è una cosa, capire se cammina o corre bene è tutta un'altra storia. Per noi – puntualizza Ruberto – offrire medical wellness significa partire proprio da questo presupposto, ovvero proporre non solo "movimento", ma il movimento "giusto". Abbiamo imboccato questa strada e il confronto con il settore medico è fondamentale in quanto patologie e disturbi specifici richiedono l'intervento di specialisti. Il medical wellness, a mio avviso, è la sinergia tra diverse competenze specifiche nell'ambito medicale e del fitness. Se queste due sfere non interagiscono per raggiungere insieme un fine comune, restano semplicemente medicina e fitness. Per abbracciare il medical wellness bisogna necessariamente passare attraverso l'innovazione del sistema di erogazione del servizio, creando le giuste sinergie tra queste due sfere complementari tra loro».

alimentazione ed esercizio fisico

Nel club milanese operano un osteopata, un nutrizionista e un medico di base che si occupano, come poc'anzi detto, delle visite di idoneità. Il nutrizionista, oltre a prescrivere piani alimentari e a fornire suggerimenti sulla corretta alimentazione, si confronta con lo staff tecnico per fornire indicazioni precise e suggerire un percorso completo in cui alimentazione ed esercizio fisico si integrano armoniosamente,



La confezione di VivInFit con la quale Show Personal Training promuove il "farmaco-esercizio"

potenziandosi a vicenda. Il servizio denominato *Wellness Slim*, associato al pay-off *L'altra dimensione della salute*, è stato lanciato lo scorso novembre e sta progressivamente guadagnando i consensi degli iscritti. «Il nutrizionista – spiega Ruberto – eroga questo nuovo servizio entrando direttamente in contatto con il socio tre volte all'interno di un percorso che dura tre mesi. Al primo incontro, che serve per configurare un protocollo alimentare su misura per la persona che ha di fronte, seguono altri due incontri di verifica. Per promuovere questo nuovo servizio, che ovviamente non è compreso nell'abbonamento, abbiamo organizzato un incontro gratuito aperto a tutti nel corso del quale, oltre ad avere presentato questo nuovo servizio, abbiamo spiegato che cosa significa oggi alimentarsi in modo corretto e consapevole in relazione anche alla tipologia di esercizio fisico svolto. Sensibilizzare e formare la clientela diffondendo la cultura del benessere e della salute è per noi un aspetto fondamentale che viene prima della collaborazione con il comparto medico. Siamo infatti convinti – prosegue Ruberto – che le persone abbiano innanzitutto

bisogno di essere informate e indirizzate su diversi temi legati alla salute, primi fra tutti alimentazione ed esercizio fisico. Ci siamo resi conto che molte persone non hanno bisogno di una vera e propria dieta, bensì di alcune regole fondamentali che possono, e dovrebbero, diventare uno stile di vita». Coerentemente con questa visione, il club La Wellness mette a disposizione dei soci professionisti che ascoltano, informano e assistono i soci accompagnandoli in un percorso che conduce a un miglioramento dello stato di salute e di benessere. Non a caso il servizio Wellness Slim è rivolto a tutti e non solo ha chi intende perdere peso in quanto la cultura della corretta alimentazione, associata al giusto esercizio fisico, è alla base della salute. «Siamo fermamente convinti – conclude Gerardo Ruberto – che limitarsi a fornire una scheda d'allenamento agli iscritti per poi abbandonarli a loro stessi sia un grave errore. Le persone hanno bisogno di essere assistite, hanno bisogno di risposte concrete alle loro esigenze, anche dal punto di vista psicologico. In special modo se si tratta di benessere e di salute». ●



Molte persone hanno bisogno di indicazioni chiare e semplici per imparare ad alimentarsi in modo corretto

Doc. Cooper Institute