

**Benessere - Wellness**

15/5/2010 -

Ecco le cinque tribù del "popolo del wellness"**La curiosa indagine Nets per Rimini Wellness 2010**

Gli italiani appartenenti al cosiddetto popolo del wellness o fitness non sono tutti uguali: si distinguono infatti per i diversi approcci nonostante frequentino allo stesso modo palestre, centri fitness, piscine e Spa.

Secondo una curiosa indagine condotta da Nets per Rimini Wellness 2010 questo popolo si divide in cinque tribù: i moderati, i fachiri, gli scultori, gli animatori e le cicale.

L'indagine è stata condotta su 787 persone utilizzando il metodo della Cluster analysis. È stata commissionata da Rimini Fiera in occasione di Rimini Wellness in programma da giovedì 13 e che terminerà domenica 16 maggio 2010.

Dai risultati è emerso come nonostante il popolo del wellness sia un insieme molto eterogeneo, al suo interno si possono individuare cinque diversi approcci all'attività fisica e al benessere:

**I MODERATI**

Sono il gruppo più numeroso: 35% del campione. Si tratta, per la maggior parte, di giovani con un buon livello di istruzione. Il gruppo – quasi interamente formato da persone che frequentano centri fitness, piscine o spa da pochi anni – si contraddistingue per un approccio moderato a questo tipo di attività: solo il 20% pratica le attività di wellness tutti i giorni, mentre la stragrande maggioranza (70%) si limita a due o tre volte a settimana. I "moderati", inoltre, tendono a scegliere centri vicini a casa.

Per quanto riguarda le motivazioni che portano a svolgere queste attività, gli intervistati appartenenti al gruppo affermano di voler tenersi in forma (74,6%), scaricare lo stress (66,7%) e migliorarsi (61,4%), ma anche dimagrire (30,7%, il dato più alto di tutto il campione). Due terzi di loro, infine, praticano altre attività oltre alla palestra e alla piscina, in particolare ciclismo e calcio (o calcetto).

I FACHIRI

Sono i meno numerosi (solo il 9,8% degli intervistati) e i più anziani: il 44% di loro ha più di 40 anni. Parecchi (4 su 10) praticavano attività di wellness, ma le hanno abbandonate, principalmente per impegni di lavoro o familiari. In palestra scelgono soprattutto pesi, Gag e aerobica, ma si distinguono anche per l'interesse verso le discipline "orientali", come arti marziali e yoga. In piscina, oltre al nuoto, prediligono l'acquafitness, praticata dal 20,5% di loro.

I fachiri sono il gruppo più sensibile al tema della salute: se il 71% afferma di praticare queste attività per tenersi in forma, il 25,6% indica come motivazione la prevenzione, e il 12,6% una terapia. Ma anche la socializzazione ha un suo peso: più della metà degli uomini e un terzo delle donne dicono di aver conosciuto partner in palestra o in piscina.

Molti di loro praticano anche attività all'aperto, in particolare corsa, ciclismo (è il gruppo che usa la bicicletta più di frequente), sci e tennis.

GLI SCULTORI

Sono i più attenti all'attività fisica come modo per tenersi in forma e migliorarsi esteticamente. Sono in gran parte uomini (55%), e metà di loro ha un'età compresa tra i 30 e i 40 anni. In palestra, oltre a pesi, cardiofitness e spinning, scelgono volentieri il body building (24,6%). L'attenzione all'aspetto fisico e alla costruzione del corpo è evidenziata da un dato: gli "scultori" indicano più di due parti del corpo come "preferite" (la media del campione è 1,7). Se gli uomini sono particolarmente soddisfatti dei propri pettorali, le donne indicano i glutei e il seno. Nello stesso quadro rientra la scarsa passione per le attività sportive diverse dal fitness: il 40,3% non ne pratica nemmeno una. Inoltre, questo è il gruppo che usa più volentieri gli integratori: il 38% li assume, il 26% lo faceva, il 44,8% ritiene che su questi prodotti ci siano "pregiudizi infondati".

GLI ANIMATORI

È il gruppo con la maggiore presenza femminile (71%) e di under 30 (44%). Oltre la metà di loro vive con la famiglia di origine.

In questo segmento è particolarmente alta la frequentazione di spa e centri benessere (35%).

In generale, sono i più assidui frequentatori di attività wellness: oltre 6 su 10 di loro vanno in palestra o in piscina tutti i giorni. Gli "animatori" sono iperattivi (8 diverse attività in palestra, con preferenza per Gag, fitness e aerobica) e ipermotivati: quasi tutti affermano di praticare queste attività per tenersi in forma, per passione e per migliorarsi, ma anche semplicemente per divertirsi. Fuori dalla palestra e dalla piscina, amano particolarmente la corsa e il jogging.

Ben 7 uomini su 10 riferiscono di aver conosciuto alcuni dei loro partner (in media 3) in palestra.

LE CICALI

Hanno un approccio discontinuo e rilassato all'attività di fitness (uno su dieci va in palestra o in piscina solo una volta alla settimana), sono di età media, equamente divisi tra uomini e donne e in discreta parte (17%) single. Nella scelta del centro wellness privilegiano la vicinanza a casa, ma soprattutto la qualità dell'insegnante e le attività proposte.

Le cicale sembrano essere meno motivate rispetto agli altri gruppi: frequentano la palestra soprattutto per tenersi in forma (76,4%), per scaricare lo stress (60,4%), per passione e per migliorarsi (54,7%). I componenti di questo gruppo (19,6% del totale) sono generalmente meno attenti degli altri al proprio corpo (anche se gli uomini prestano particolare attenzione ai bicipiti) ma discretamente attratti da attività fisiche all'aperto, come la corsa, il ciclismo e lo sci.

Inoltre, hanno un atteggiamento critico nei confronti degli integratori: solo metà di questo gruppo li usa, e il 49,3% pensa che il consumo costante di questi prodotti possa essere dannoso.

DIVERSE SCELTE PER LE VACANZE

01/06/2010

LASTAMPA.it - stampa l'articolo

Il campione è stato inoltre intervistato riguardo a (eventuali) progetti per le vacanze estive: i "moderati" privilegiano l'estero e le mete di mare, e in aprile (quando è stato condotto il sondaggio) il 60% di loro aveva già programmato o stava progettando un viaggio. Tra i "fachiri" si registra la più alta percentuale di chi pensa di non fare vacanze (10%), mentre gli "scultori", pur appassionati di mare e di montagna, prendono in considerazione le beauty farm. Gli "animatori" sono quelli che programmano il viaggio con maggiore anticipo, e si lasciano tentare dalle crociere all'estero. Quasi una "cicala" su tre, infine, deciderà all'ultimo minuto se partire, e per quale destinazione.

Source: Ufficio Stampa Rimini Fiera
(*lm&sdp*)

Image: © Photopress.com

Copyright ©2010 La Stampa