



Елена Силина

Елена Силина Президент «Национального фитнес-сообщества». Заместитель председателя Комиссии по развитию фитнес-индустрии и спортивно-оздоровительных технологий в негосударственном секторе Общественного совета Минспорта России.

Член экспертного совета по вопросам физической культуры и массового спорта при Минспорте России.

Член рабочей группы Совета при Президенте Российской Федерации по развитию физической культуры и спорта по вопросам модернизации системы физического воспитания населения.

Член Экспертного совета при Комитете Государственной Думы по физической культуре, спорту и делам молодежи по направлению деятельности «Оздоровление и физическая культура».

Член Совета по профессиональным квалификациям в сфере физической культуры и спорта.

Посещаемость фитнес-клубов в России осенью упала на 36%

Объем продаж абонементов также сократился на 37%, говорится в исследовании Национального фитнес-сообщества.

Продажи клубных карт на фитнес в России снизились в среднем на 37% в сентябре - ноябре, а посещаемость клубов за осень снизилась в среднем 35,5%. Об этом говорится в исследовании Национального фитнес-сообщества, которое имеется в распоряжении ТАСС.

«В этом году вторая волна коронавирусной инфекции в традиционно высокий сезон для фитнес-индустрии в докризисное время обрушила продажи и посещаемость. За три осенних месяца 2020 года по стране продажи клубных карт упали в среднем на 37%, а посещаемость клубов снизилась в среднем на 35,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года», - говорится в исследовании. Продажи дополнительных услуг снизились на 25,8%.

«Ноябрь, вопреки пессимистичным прогнозам, несколько откорректировал падение осенних месяцев», - отмечают эксперты. По данным Национального фитнес-сообщества, для крупных игроков, входящих в топ-10 страны по количеству клубов, падение продаж клубных карт в ноябре составило около 25% по сравнению с ноябрем 2019 года (в октябре продажи упали на 35%). Посещаемость крупнейших сетевых фитнес-клубов из топ-10 в ноябре снизилась на 22%, в октябре этот показатель был существенно ниже - 32%. В целом за три месяца осени продажи участников топ-10 упали в среднем на 31%, посещаемость снизилась на 34% по сравнению с осенью 2019 года.

В фитнес-клубах Москвы продажи клубных карт в ноябре в сравнении с аналогичным периодом 2019 года снизились в среднем на 25%. Посещаемость клубов в среднем по Москве упала на 23%.

Студии «у дома» и другие нововведения

Замедление темпов падения продаж и трафика в ноябре в Национальном фитнес-сообществе связывают с быстрой адаптацией фитнес-бизнеса к текущим непростым условиям: с начала октября фитнес-клубы по всей стране запустили специализированные программы для профилактики коронавируса, реабилитации после болезни; разнообразили линейку клубных карт по продолжительности сроков действия; расширили пул услуг в рамках действующих абонементов и даже провели трансформацию франчайзинговых продуктов для дальнейшего развития бизнеса.

Около 40% игроков фитнес-индустрии России разработали и внедрили специальные программы для профилактики или реабилитации после коронавируса, отмечает ассоциация.

Так, в крупнейшей сети страны XFit запустили тренировки с виртуальным онлайн-наставником, внедрили возможность оплачивать только непосредственные визиты в клуб. Сеть также предложила партнерам новый формат «у дома» - небольшие фитнес-студии площадью от 50 до 200 кв. м, работающие без персонала. Сеть X-Fit в России включает 49 франчайзинговых клубов. В 2021 году компания планирует по франшизе открыть 30 клубов формата X-Room (небольшие фитнес-студии), в течение следующих 2-3 лет - около 100. Инвестиции в один объект составят до 5 млн рублей.

Ситуация в столице и регионах

В ноябре серьезные падения продаж клубных карт зафиксированы Национальным фитнес-сообществом в Абакане, Барнауле, Нижнем Новгороде, Пятигорске, Иркутске, Магнитогорске, Муроме, Твери, Таганроге, Шахты - от минус 50% и более по каждому городу. В том числе снизилась посещаемость на 50%. В октябре в данных городах падение было еще значительнее - доходило до 70% по продажам клубных карт и посещаемости.

«Серьезнее всего изменение потребительского поведения в регионах отражается на моно-клубах - цифры падений продаж доходят до 60%. В борьбе за выживание крупные сети устойчивее: выше уровень доверия к бренду, есть возможность финансово-экономической поддержки клубов внутри сети», - отметила президент Национального фитнес-сообщества Елена Силина, слова которой приводятся в исследовании.

«Непростая ситуация сложилась для игроков фитнес-рынка Санкт-Петербурга: ноябрь оправдал пессимистичные прогнозы - в среднем продажи клубных карт упали на 40%, а посещаемость на 35%. В октябре ситуация выглядела чуть лучше - падение по продажам клубных карт и по посещаемости составило в среднем минус 30%», - говорится в исследовании.

Наиболее устойчивым рынком фитнес-отрасли оказалась Москва, в которой продажи упали на 25% в ноябре, тогда как в Санкт-Петербурге падение в ноябре составило 40%. «Крупные сети преимущественно расположены в главных торговых центрах Санкт-Петербурга, где арендные ставки гораздо выше любой другой инфраструктуры, а проходимость за время бушующей инфекции снизилась в три раза, нежели чем в спальных районах», - считает Силина.

В Национальное фитнес-сообщество входят 1700 фитнес-клубов из 77 субъектов РФ, 33 региональных представительства, в том числе 6 профессиональных образовательных учреждений, 4 ассоциации, 3 федерации, 16 ведущих российских спортивно-оздоровительные компании различных специализаций.

Подробнее ИА «Деловой Петербург» — https://m.dp.ru/a/2020/12/30/Fitness-soobshhestvo_padeni