****

nota stampa n.11

**TRA PRATICA SPORIVA, TECNOLOGIA E TURISMO:**

**SGUARDO SULLO SCENARIO SOCIO-ECONOMICO DEL WELLNESS**

* **24,7 miliardi di euro: il valore dell’economia dello sport in Italia**
* **Il 55% degli italiani si allena con il supporto della tecnologia**

***Rimini, 29 maggio – 1 giugno 2025 –*** C’è un’Italia che si muove, cambia abitudini e cerca nuove strade per stare bene. Il benessere non è più solo una questione fisica: oggi si traduce in stili di vita attivi, consapevolezza digitale, turismo esperienziale e innovazione. Ad interpretare questa evoluzione è **RiminiWellness 2025**, l’evento internazionale organizzato da **Italian Exhibition Group**, in scena a**lla Fiera di Rimini e sulla Riviera dal 29 maggio al 1° giugno**: un appuntamento che fotografa la nuova Italia del benessere e ne anticipa i futuri sviluppi.

**LO SPORT IN ITALIA TRA DIFFUSIONE CAPILLARE E PESO ECONOMICO**

Secondo il *Rapporto Sport 2024, realizzato da Sport e Salute e dall’Istituto per il Credito Sportivo in collaborazione con il Ministro per lo Sport e i Giovani*, il settore sportivo italiano si è confermato un pilastro concreto dell’economia nazionale, generando un valore complessivo di **oltre 24 miliardi di euro**, pari a circa l’**1,4% del PIL**. Al di là della dimensione economica, lo sport si presenta sempre più come fattore di inclusione, presidio territoriale e volano di partecipazione attiva. Lungo tutta la penisola operano **oltre 112.000 Enti Sportivi Dilettantistici**, con un totale di **oltre 13 milioni gli italiani affiliati**. Tra le attività più frequentate in ambito non agonistico spiccano **ginnastica e fitness (15,2%)**, seguite da **calcio (9,2%), danza (7,1%), atletica leggera (4,3%), ciclismo (4,2%), pallavolo (3,9%), tennis e padel (3,5%), pesistica (3,5%) e basket (2,9%)**, a conferma di un panorama sportivo ampio e diversificato. Anche l’occupazione mostra segnali di consolidamento: nel 2022 il settore contava **412.479 lavoratori**, registrando un aumento del **+2,5% rispetto al 2021**, quando gli occupati erano 402.291, a conferma di una tendenza positiva già in atto.

**L’ITALIA TRA SEDENTARIETÀ E NUOVA CULTURA DEL BENESSERE**

Secondo *l’Osservatorio Valore Sport 2025, realizzato da The European House – Ambrosetti*, nonostante i progressi degli ultimi anni l’Italia resta uno dei Paesi più sedentari dell’area OCSE. **L’80,3% degli adulti** e **il 91,7% dei ragazzi** non raggiungono i livelli minimi di attività fisica raccomandati dall’OMS, collocandoci al **quarto posto per inattività fisica** dopo Turchia, Portogallo e Grecia. Eppure, accanto a questo quadro critico, emergono segnali incoraggianti. Dal 2001 la quota di popolazione completamente inattiva è calata di **oltre 7 punti percentuali**, mentre la **pratica sportiva continuativa** è cresciuta di oltre **9 punti**, segno di una maggiore consapevolezza verso il movimento. Sul fronte delle infrastrutture, il Paese dispone di **76.919 di impianti sportivi** con una media di **131** **strutture ogni 100.000 abitanti**, un valore inferiore rispetto ad altre nazioni europee. Restano però elevate le percentuali di inattività tra **gli over 65 (83,6%)**, chi ha un basso livello di istruzione (**68,6%**), le **donne (68,4%)**, i residenti del **Sud e Isole (72,5%)**, dei **piccoli comuni (71%)** e delle **periferie urbane (64,3%)**. L’Italia appare così divisa tra una tradizione di staticità e una nuova spinta verso il benessere. In questo scenario, **RiminiWellness** si conferma un evento chiave: promuove la cultura del movimento e del benessere, coinvolge territori e pubblici diversi, abbattendo barriere culturali e sociali. Non solo una fiera, ma un **laboratorio di esperienze** che contribuisce a rendere il fitness più accessibile, inclusivo e motivante.

**IN PALESTRA LA TECNOLOGIA ACCOMPAGNA IL NUOVO MODO DI ALLENARSI**

Nel nuovo modo di prendersi cura di sé, la tecnologia gioca un ruolo chiave nell’allenamento quotidiano. Anche in palestra, la tecnologia è sempre più presente: app, dispositivi e piattaforme digitali aiutano a monitorare l’attività, integrandosi con il lavoro di trainer e programmi personalizzati. Strumenti come contapassi, cardiofrequenzimetri e sistemi di monitoraggio calorico vengono utilizzati con regolarità, a conferma di un approccio sempre più consapevole e personalizzato. Resta centrale il supporto del personal trainer, scelto da un italiano su tre. La frequenza è alta: quasi una persona su due si allena almeno tre volte a settimana, e una su sette supera le cinque sessioni settimanali. Tra le attività più amate: corsa, yoga, pilates, palestra, calcio e nuoto. Il benessere mentale è oggi la principale motivazione, seguita da salute e forma fisica. Segno di un’Italia sempre più consapevole e attenta al proprio equilibrio.

**IL BENESSERE METTE IN MOTO ANCHE IL TURISMO**

Lo sviluppo del benessere sta dilagando anche nel turismo, dove si sta affermando come una delle tendenze più rilevanti anche in Italia. Secondo il più recente *Global Wellness Economy Monitor 2024*, realizzato dal Global Wellness Institute, il nostro Paese ha registrato **13 milioni di viaggi legati al benessere**, per una spesa complessiva di **19,2 miliardi di dollari**. Numeri che collocano l’Italia tra le destinazioni più ambite al mondo per chi cerca esperienze orientate all’equilibrio psico-fisico. Il wellness tourism si declina in due principali modalità: viaggi primari, in cui la motivazione principale è il benessere, e viaggi secondari, che integrano attività salutari all’interno di soggiorni con altri scopi. Questi ultimi rappresentano **l’88% dei viaggi** e **l’85% della spesa** del settore, a conferma di un trend in crescita: il desiderio di benessere si fa spazio anche nei viaggi d’affari o di piacere più tradizionali. Le strutture ricettive italiane rispondono a questa domanda con servizi sempre più mirati: spa, alimentazione sana, attività fisica, meditazione e trattamenti personalizzati.

Fonti: Osservatorio Sanità Unisalute – Eumetra | Osservatorio Valore Sport 2025- Studio Ambrosetti | Rapporto sport 2024 -Centro Studi Sport e Salute | Global Wellness Institute (GWI)

**ABOUT RIMINIWELLNESS 2025**

**Data**: 29 maggio – 1 giugno 2025; **qualifica**: fiera internazionale; **organizzazione**: Italian Exhibition Group S.p.A.; **periodicità**: annuale; **edizione**: 19a; **ingresso**: pubblico e operatori; **info**: [www.riminiwellness.com](http://www.riminiwellness.com)



**PRESS CONTACT ITALIAN EXHIBITION GROUP  
head of corporate communication & media relation:** Elisabetta Vitali  
**press office manager**: Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini | **press office coordinator**: Luca Paganin | **international press office coordinator:** Silvia Giorgi | **press office specialist:** Mirko Malgieri; Nicoletta Evangelisti | [media@iegexpo.it](http://srvcww.dominio-fiera.local/gestionecww/template/%C2%B4mailto:media@iegexpo.it)

**MEDIA AGENCY RIMINIWELLNESS**

**Naper Multimedia**| Zoe Perna | T. +39 02 97699600 | [zoe.perna@napermultimedia.it](mailto:zoe.perna@napermultimedia.it) | [staff@napermultimedia.it](mailto:staff@napermultimedia.it)

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management (“forward- looking statements”) specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafo - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato.