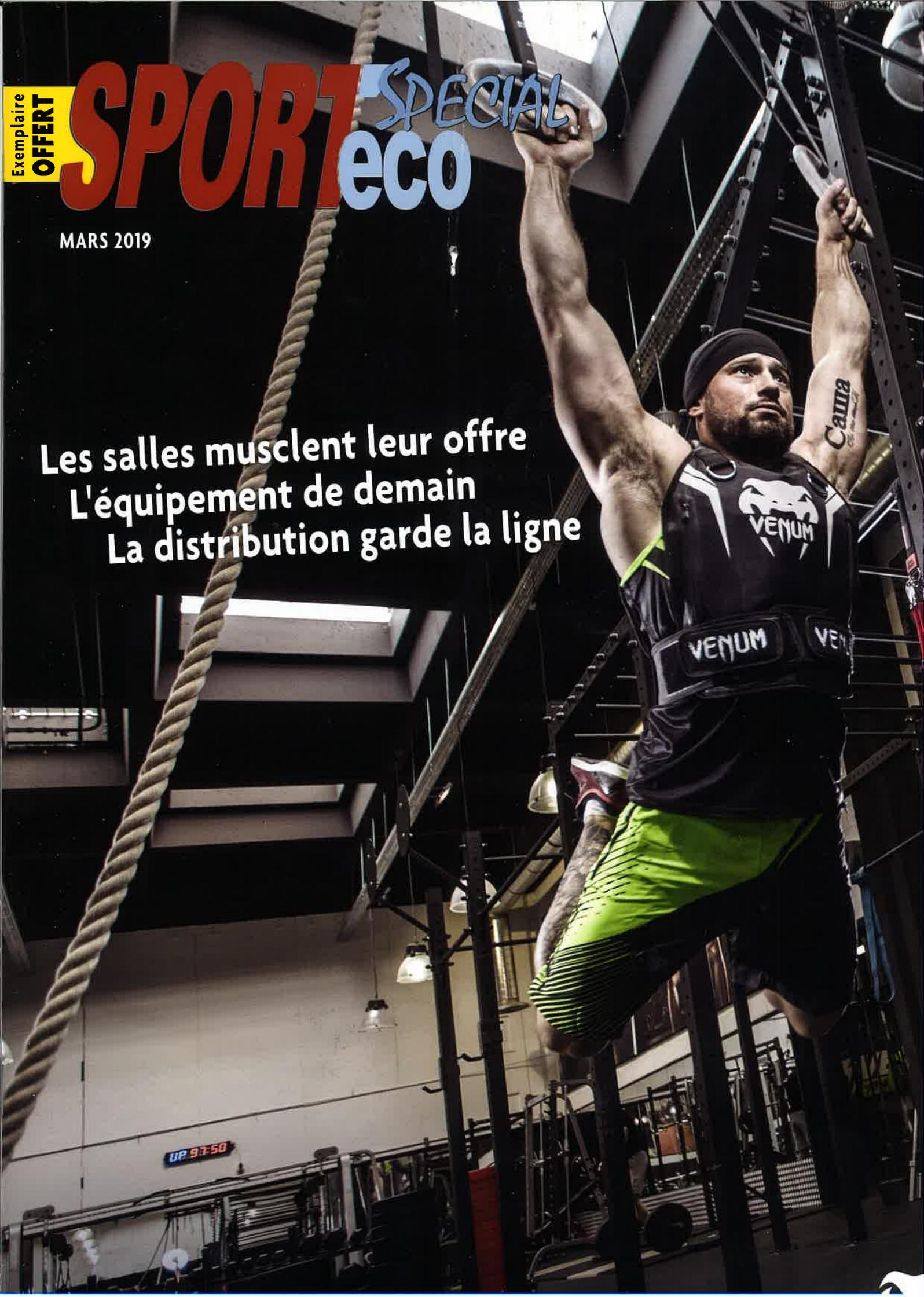


Exemplaire
OFFERT

SPORT SPECIAL eco

MARS 2019

Les salles musclent leur offre
L'équipement de demain
La distribution garde la ligne



:: Le développement de l'enseigne On Air Fitness

Un savoir-faire de vingt ans

On Air Fitness se déploie en Ile-de-France et dans le reste de la France. Créée par Jacques Bolle, un ancien de Fitness Park, l'enseigne francilienne profite de vingt ans d'expérience et mise sur un positionnement haut de gamme (machines, cours, ambiance) à des tarifs low-cost. Après le développement en propre, le groupe s'ouvre à la franchise en participant à Franchise Expo.

Quand Jacques Bolle, président du groupe On Air, a quitté le réseau Fitness Park à l'été 2017, la suite était déjà écrite. Le dirigeant et ses équipes avaient en tête de créer le réseau On Air Fitness. Quelques semaines après, les clubs du dirigeant changeaient d'enseigne avec l'objectif de la déployer en Ile-de-France mais aussi dans le reste de l'Hexagone en ciblant la catégorie des 18-30 ans. Actuellement, le groupe s'appuie sur un réseau de six clubs en propre (Corbeil-Essonnes, Evry, Melun, Carré-Sénart, Maisons-Alfort et Chilly-Mazarin) et un franchisé à Annecy. La franchise est d'ailleurs le nouveau cheval de bataille du groupe pour s'étendre avec un objectif de cinq à dix ouvertures par an. On Air sera présent à Franchise Expo pour trouver des investisseurs (25.000 euros de droit d'entrée avec 800 à 1.700 m² de superficie et des zones de 80.000 habitants). Cinq ouvertures sont prévues cette année.

Avant Chilly-Mazarin en avril, le groupe a inauguré son "flagship" de 1.700 m²

Pour les femmes, On Air décline des zones spécifiques. "C'est un choix assumé. Nous sommes persuadés que le marché du fitness va attirer plus de femmes dans les salles", explique Frédéric Vallet.



Selon Frédéric Vallet, directeur général d'On Air Fitness, deux à trois millions de personnes vont se mettre au sport entre 2020 et 2022. "Aujourd'hui, nous sommes en train d'utiliser une logique d'Etat qui encourage les gens à faire du sport", dit-il.

à Maisons-Alfort fin 2018. Cette salle sert actuellement de vitrine et de laboratoire et montre l'étendue du savoir-faire du groupe qui bénéficie d'une vingtaine d'année d'expérience dans le fitness. "Il faut nous différencier pour exister. Tout le monde est en quête d'identité. Avec On Air, nous apportons une vision vraie et précise du fitness. Tout a été pensé pour que l'expérience du client soit la plus forte possible", explique Frédéric Vallet, le directeur général du groupe.

Dans les faits, cela se traduit par l'utilisation de beaux matériaux et par une forte scénarisation des espaces (carrelage type métro parisien et brique, fauteils clubs, couleurs sombres, espace détente, conteneurs...). Pour les machines, le groupe travaille exclusivement avec Technogym, Hammer Strength (musculature) et Gym80, une marque allemande qui développe des produits spécifiques pour les femmes. D'ailleurs, les clubs proposent aussi un espace 100 % dédié aux femmes dans une ambiance baroque. Le tout est animé par des coachs et des DJ et complété par des cours des zones spécifiques à des pratiques (CrossFit TRX, boxe...). (lg) ::

risation des espaces (carrelage type métro parisien et brique, fauteils clubs, couleurs sombres, espace détente, conteneurs...). Pour les machines, le groupe travaille exclusivement avec Technogym, Hammer Strength (musculature) et Gym80, une marque allemande qui développe des produits spécifiques pour les femmes. D'ailleurs, les clubs proposent aussi un espace 100 % dédié aux femmes dans une ambiance baroque. Le tout est animé par des coachs et des DJ et complété par des cours des zones spécifiques à des pratiques (CrossFit TRX, boxe...). (lg) ::

Frédéric Valet, directeur général du groupe On Air

"Nous avons fait le choix de travailler avec les marques les plus reconnues (Technogym, Hammer Strength, Gym80, TRX...) pour mettre à disposition de nos clients le meilleur matériel possible. Le club de Maisons-Alfort a ouvert fin octobre 2018 et comptait 2.000 adhérents après quatre mois d'exploitation. Notre produit est différent et abouti car il est issu d'une longue réflexion. Aujourd'hui, le marché du fitness est porteur et tout le monde s'y met. Mais il se durcit aussi et même s'il va progresser, il faut vraiment se

différencier des autres. Nous avons décidé de nous positionner sur le haut de gamme pour le matériel et les infrastructures mais avec un prix low-cost, soit 19,95 euros le premier mois puis 29,95 euros et sans engagement. On peut même partager l'inscription avec un membre de la famille. Nous sommes un groupe familial et nous souhaitons conserver cette approche dans nos relations. Notre objectif est d'ouvrir cinq à dix clubs par an". (lg)





:: Le marché français muscle son offre

La révolution du sport-santé

Toujours en retard par rapport à ses voisins européens, la France développe son offre fitness. Le taux de pénétration du marché dépasse désormais les 8 % et le cap des 10 % pourrait rapidement être atteint. Comme 2017, l'année 2018 a semble-t-il été une nouvelle année de forte croissance tant en termes d'affiliation que de chiffre d'affaires. Le low-cost qui reste le principal moteur de la croissance s'est largement développé sur le territoire, avec l'arrivée en masse du premier acteur européen Basic-Fit. Une offre qui hélas devrait continuer à tirer les prix des abonnements vers le bas. Dans le même temps, de nouveaux leaders apparaissent. Le concept de "boutiques gyms" est l'une des réponses au low-cost et à la standardisation de l'offre. A l'heure du salon Body Fitness Paris et de Franchise Expo, les différents réseaux montrent leurs muscles. Par Yohan Finkiel.

En 2019, le nombre de salles de fitness en France devrait dépasser le cap des 5.000 unités. La croissance du secteur s'explique par le retard du marché français par rapport à ses voisins et le développement de la franchise. Tous les voyants sont au vert pour que le marché privé continue de croître. La baisse des subventions publiques va certainement accélérer la fermeture des associations, tandis que les investisseurs continuent à miser sur les réseaux nationaux. On observe des rapprochements et des croissances externes telles que Keep Cool, numéro deux du marché, qui a racheté Feel Sport, et L'Appart Fitness qui a acquis les clubs du groupe Nextalis (Amazonia, GigaGym et Wilde Club). Les franchises représentent actuellement environ 30 % du marché soit moins de 1.500 salles. L'Orange Bleue avec ses 400 salles est le plus gros opérateur français. Le réseau a signé un partenariat, l'été dernier, avec Enoch Effah, triple champion du monde de boxe, pour déployer Nokefa. Après trois

leader européen des salles de fitness a lancé une offensive en France avec son modèle low-cost. Coté en Bourse, le mastodonte Hollandais (402 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018 pour 1,84 million d'abonnés) possède plus de 600 salles en Europe dont un peu moins de 300 en France. Chaque club vise des fréquentations de l'ordre de 2.000 à 2.500 personnes. Ce qui nécessite de grandes salles climatisées, mais un personnel minimum. Après avoir suscité l'inquiétude des directeurs de salles privées, Basic-Fit a intégré le principal syndicat français des salles de sport, la FNEAPL. Basic-Fit propose désormais deux types d'affiliation bien définis. Les clients ont la possibilité de choisir entre les types d'adhésion Comfort et Premium. L'application Basic-Fit, qui était auparavant disponible sous forme d'application complémentaire pour 4,99 euros par mois, est désormais incluse en standard. Selon René Moos, Pdg de Basic-Fit, plus de 20 % des nouveaux membres ont choisi l'adhésion Premium. L'enseigne va encore accélérer le

Champions, accompagné par Momentum Invest et M Capital Partners, relaie Capzantine au capital de Fitness Park, aux côtés de Philippe Herbet, actionnaire majoritaire aux commandes du groupe depuis 2015. Fitness Park, a renforcé ses équipes et accueille pas moins de trois nouveaux directeurs. Il s'agit de Jean-Philippe Ferrier, Mohamed Rahmoune, et Thomas Massé, respectivement directeur marketing et communication, directeur des systèmes d'information et directeur technique. L'équipe a pour objectif d'ouvrir 50 nouvelles salles d'ici la fin de l'année 2019. (yf) ::

Les
sur
salle
Basi
un p
ans a
aux P
memb
bénéfi
notam
exclusif
Il est po
collabor