

# VIVRE LA FORME

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DU FITNESS



**5 ETAPES**  
**4 MINUTES**  
**8 MESURES**  
**1 FQSCORE**



## FitQuest

Le seul appareil à mesurer l'équilibre, la force musculaire, l'endurance, la capacité de vitesse et les conditions cardiovasculaires.

### POUR LES MEMBRES

Mesurer ses progrès  
Partager ses résultats  
Améliorer son entraînement

### POUR LES COACHS

Suivre les progrès de ses clients  
Analyser les mesures  
Identifier de nouveaux clients

### POUR LES MANAGERS

Récolter des données sur les membres  
Suivre les performances des coachs  
Intégrer FitQuest à son système

FITQUEST France - APSARA  
www.fitquest-france.com  
01 60 62 23 41 - fitquest@orange.fr

f @fitquest\_fr

PUBLICITÉ

***On Air***

# L'OFFRE MILLENNIALS



DJ, ambiance boîte de nuit, déco digne des restaurants branchés, design...

Tout chez **On Air**, change les codes de la salle de fitness (à commencer par le nom) et appelle les jeunes gens à s'inscrire et à adopter un concept parfaitement packagé pour les fameux « **millennials** ».

C'est la dernière enseigne arrivée sur le marché, mais avec de grandes ambitions. Le 7<sup>e</sup> clubs était inauguré au mois de janvier 2019 reprend tous les codes de ce concept packagé pour les jeunes. Pour la direction de l'enseigne, il s'agit de se différencier. Avec l'univers visuel d'abord (couleurs : noir et rouge) ; une ambiance musicale (On Air est l'inscription en haut des portes d'un studio de musique ou de radio) ; un design urban work façon loft industriel. Certains espaces sont carrément installés dans de réels containers et un très bon matériel : Technogym, Gym 80 et Hammer Strength.



***Nous existons dans le fitness depuis 20 ans. Et c'est fort de cette expérience que nous proposons aujourd'hui une nouvelle génération de clubs. Ne serait-ce qu'à Maisons Alfort, nous subissons la concurrence de Fitness Park, à 800 mètres de chez nous, de Basic Fit et des clubs locaux... Mais nous jouons notre rôle d'outsider en nous distinguant. Le décor, la qualité des infrastructures (Cross Training, Espace Force, Espace Cardio, Parcours Ninja, Espace Femme ambiance baroque, Ring de boxe...) et des activités mais aussi l'offre commerciale attractive nous permettent de cibler les hyper-connectés.***



### **Plutôt masculin**

Des codes qui parlent parfaitement aux jeunes hommes qui fréquentent l'enseigne à 60% contre 40% de femmes. Et qui s'y plaisent puisque les clubs de l'enseigne enregistre un taux de fidélisation flatteur de 70%. Pour l'instant On Air s'est principalement développé en région parisienne. Les autres clubs se trouvent dans l'Essonne (5 clubs) et un autre à Annecy. Le dernier club en date Maisons-Alfort (94) est installé dans un ancien garage et s'étend sur 1.700 m<sup>2</sup>. Il compte 2000 adhérents et il en vise 5000. Le directeur général du groupe, Frédéric Vallet, revient sur son concept jeune, mais rappelle, que ses concepteurs ne sont pas des novices :

« Nous existons dans le fitness depuis 20 ans. Et c'est fort de cette expérience que nous proposons aujourd'hui une nouvelle génération de clubs. Ne serait-ce qu'à Maisons Alfort, nous subissons la concurrence de Fitness Park, à 800 mètres de chez nous, de Basic Fit et des clubs locaux. Mais nous jouons notre rôle d'outsider en nous distinguant. Le décor, la qualité des infrastructures (Cross Training, Espace Force, Espace Cardio, Parcours Ninja, Espace Femme ambiance baroque, Ring de boxe...) et des activités mais aussi l'offre commerciale attractive nous permettent de cibler les hyper-connectés. »

## La vie des clubs

Par **Pascal Turbil**



**« Notre élément le plus différenciant reste la musique. Nous avons un dj maison qui crée des playlists qu'il place ensuite sur Deezer, ce qui permet aux adhérents d'y avoir accès à volonté. Ces sons sont restitués en club via des enceintes particulières. Dans chaque club nous mettons un soin particulier à travailler avec un dj dédié. Et bien sur cet espace musical permet d'organiser de vrais concerts. »**



### Des concerts "club"

Car si comme pour la plupart des clubs de sa catégorie, On Air propose un abonnement à 29,95 € par mois (avec un premier mois à 19,95 €), l'enseigne le fait sans engagement et avec une carte partageable avec la famille. Et puis il y a le plus caractéristique de la marque : « Notre élément le plus différenciant reste la musique. Nous avons un dj maison qui crée des playlists qu'il place ensuite sur Deezer, ce qui permet aux adhérents d'y avoir accès à volonté. Ces sons sont restitués en club via des enceintes particulières. Dans chaque club nous mettons un soin particulier à travailler avec un dj dédié. Et bien sur cet espace musical permet d'organiser de vrais concerts. » Un argument de poids pour la jeune génération. D'autant qu'une application est déjà à disposition des adhérents. Le matériel est lui aussi connecté et le wifi est gratuit pour les adhérents...

Frédéric Vallet compte bien multiplier rapidement le nombre de ses clubs : « Nous en comptons 7 aujourd'hui pour 20.000 adhérents, la prochaine ouverture à lieu à Chilly-Mazarin (1000 m<sup>2</sup>), mais l'objectif est de rester sur un rythme de 5 à 10 franchises et une succursale par an et atteindre ainsi les 80 clubs dans les 5 à 6 années à venir. »

### Devenir franchisé

La marque On Air s'adresse aux zones de chalandises de plus de 50.000 habitants.

La taille minimale d'un club est de 800 m<sup>2</sup>.

Le coût pour un futur franchisé se décompose comme suit :

- 1, 2 million € : 360.000 € d'apport personnel + 900.000 € de financement
- 25.000 € de droit d'entrée
- 4% de redevance annuelle
- 1% de redevance publicitaire

