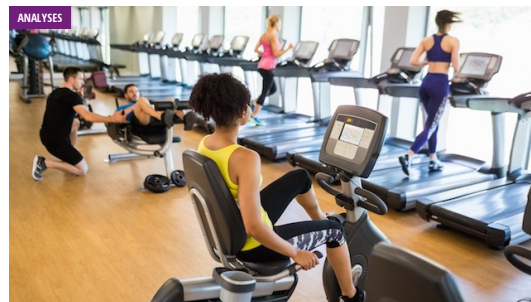


INFO EXPRESS >> SERVICES À LA PERSONNE : LE DYNAMISME DE LA GARDE D'ENFANTS SE CONFIRME



Après Covid-19 : la filière du fitness dans les starting-block !

jeudi 18 juin 2020, par Camille Boulate

Alors que les salles de sport situées en Île-de-France devaient redémarrer leur activité lundi 22 juin, le discours d'Emmanuel Macron, dimanche dernier, a changé la donne. En annonçant que tous les départements en France métropolitaine passaient au vert concernant l'épidémie de Covid-19, le chef de l'État a autorisé les acteurs du fitness à rouvrir leurs établissements dès lundi 15 juin. Une décision qui a pris de court les enseignes du secteur qui ont dû accélérer les choses. Désormais, quasiment tous les réseaux ont redémarré leur activité sur l'ensemble du territoire.

Depuis le déconfinement, amorcé le 11 mai dernier, deux secteurs d'activité étaient dans l'attente d'une possibilité de réouverture. Les restaurants et les salles de sport. Si ces dernières semaines, les enseignes évoluant sur ces marchés ont pu reprendre une activité totale dans les zones vertes, celles situées en Île-de-France, seule région métropolitaine considérée comme orange depuis fin mai, n'ont pu rouvrir que partiellement voire pas du tout. Les restaurants ont en effet pu accueillir les clients en terrasse tandis que les salles de sport ont dû conserver leur rideau baissé en région parisienne. Un coup dur pour la filière du fitness qui espérait pouvoir reprendre totalement l'activité dès le 2 juin. Dans sa nouvelle allocution, dimanche 14 juin, Emmanuel Macron a annoncé que tous les départements métropolitains étaient désormais classés en vert, précisant ainsi que tous les restaurateurs pouvaient totalement rouvrir leurs portes. Si aucune précision n'a été donnée lors de ce discours concernant les salles de sport, les enseignes étant autorisées à exploiter leur activité dans les zones vertes, l'ensemble des établissements pouvaient donc rouvrir leurs portes dès lundi 15 juin. Une annonce qui a pris de court l'ensemble des réseaux, qui se préparaient à une réouverture de la totalité de leurs points de vente lundi prochain.

À LIRE AUSSI : Coronavirus : les chocolatiers tentent de limiter la casse pour la période de Pâques

Préparation

La majorité des réseaux que nous avons interrogés nous l'ont souligné : il a fallu quelques jours d'adaptation et de préparation pour être totalement opérationnel. Si certaines enseignes, comme L'Orange Bleue ou Fitness Park, ont pu rouvrir leurs salles de sport franciliennes dès le lundi 15 juin, d'autres ont en effet voulu prendre plus de temps afin de s'assurer que tout était en place. "Nous avons dû précipiter les choses et accélérer notamment les commandes d'équipement de protection nécessaire (masques, gels hydroalcoolique, etc.) nous confie Thomas Monnier, directeur général adjoint de l'enseigne Keep Cool. Il était impossible pour nous de rouvrir dès lundi, le délai était trop court. Nous avons toutefois mis tout notre personnel sur le pont pour que tout soit prêt pour mercredi." "Si l'annonce d'Emmanuel Macron nous a surpris, nous avons été capables d'ouvrir nos clubs franciliens dès le mardi 16 juin", ajoute de son côté Frédéric Vallet, directeur général de l'enseigne On Air Fitness. "Aujourd'hui toutes nos salles sont rouvertes, tant à Paris qu'en province", confirme également Frédéric Poty, directeur du développement associé pour l'enseigne L'Appart Fitness.

À LIRE AUSSI : Reprise : le marché du jouet rattrape 44 % de ses pertes en trois semaines

Bonnes performances

S'il est encore trop tôt pour dresser un premier bilan en Île-de-France, la reprise semble plutôt positive pour le secteur. "Nous notons une fréquentation légèrement plus basse qu'un mois de juin classique mais la fréquentation de nos clubs est supérieure aux moyennes constatées dans les autres pays européens qui ont pu rouvrir avant nous", nous précise l'enseigne Fitness Park. Même constat pour On Air Fitness. "Bien entendu, nous constatons à N-1 une baisse de la fréquentation de l'ordre de 25 à 30 % car il n'y a pas eu de nouvelles inscriptions ces trois derniers mois. Or ce sont les derniers arrivants qui sont toujours, dans un premier temps, les plus assidus", explique Julien Vallet. Le réseau Keep Cool, quant à lui, affirme que sur les clubs situés hors région parisienne, la fréquentation atteint quasiment 80 %. "Nous sommes plutôt satisfaits. Surtout, nous n'avons pas eu de résiliations, ce qui est très important", insiste Thomas Monnier. Frédéric Poty, de son côté, souligne le fait que les adhérents sont heureux de retrouver leurs salles de sport. "On sent vraiment que cela leur a manqué. 100 % des adhérents s'arrêtaient à l'accueil pour parler aux salariés et dire à quel point ils sont contents de revenir s'entraîner. C'est vraiment positif", insiste-t-il. Pour ce qui est de l'Orange Bleue, on atteint des chiffres tournant autour de 40 à 60 % de fréquentation par rapport à la période N-1, tendance encore en hausse vers les 60 % ces derniers jours.

À LIRE AUSSI : Après le déconfinement, la restauration remet le couvert

Des inscriptions en hausse

Si l'activité redémarre progressivement, l'ensemble des enseignes constatent en revanche une hausse des demandes d'inscriptions. "Nous avons une forte demande de nouvelles adhésions, + 60 % par rapport au mois de juin de l'année passée, affirme Mountassir Bouhadba, président de Gigafit. Cela montre bien que les gens souhaitent se remettre au sport après le confinement ce qui est rassurant pour l'ensemble du secteur de la remise en forme." Au sein du réseau Keep Cool également, de nouveaux adhérents sont venus s'inscrire depuis la réouverture des salles. "Le confinement a entraîné une petite prise de poids. Puis, partout, il est clairement dit qu'il faut être en forme et en bonne santé pour affronter le Covid-19. Je pense sincèrement qu'il y a eu une prise de conscience globale sur la nécessité de faire du sport. D'où la hausse d'inscriptions", analyse Thomas Monnier. Durant le confinement, quasiment toutes les enseignes ont proposé des cours à distance ainsi que des conseils via les réseaux sociaux ou Youtube. Des initiatives qui ont permis de capter de nouveaux clients. "Nous avons immédiatement créé un groupe sur Facebook sur lequel franchisés, équipes et adhérents partageaient quotidiennement des vidéos de coaching, de yoga, de sophrologie et de nutrition", explique Romain Secchiarioli, responsable du développement réseau au sein de l'enseigne Iron Body Fit. "Nous avons atteint rapidement une communauté de 10 000 membres, dont beaucoup n'étaient pas encore adhérents de l'enseigne. Dès la réouverture des studios, nous avions donc des demandes de réservation de la part de ces nouveaux membres." De son côté, On Air Fitness constate aujourd'hui une hausse des inscriptions, également à N-1, comprise entre 30 et 40 %.

Retrouvez l'ensemble des enseignes évoluant dans le secteur du fitness en vous rendant sur notre Annuaire.

Newsletter



Retrouvez toutes les informations sur + de 800 réseaux avec l'Annuaire de la Franchise.fr Cliquez ici !

Nos Partenaires

EXPERTISE COMPTABLE

In Extenso propose une offre pour les acteurs de la franchise.



EXPERTISE COMPTABLE

une offre de services sur-mesure pour vous aider à faire aboutir votre projet



JURIDIQUE

Un cabinet spécialisé dans la franchise pour vous accompagner.



GÉOMARKETING

Cabinet d'études de marché et de géomarketing.



FINANCEMENT

Entreprendre en franchise avec Banque Populaire, la rencontre d'une énergie, d'un projet et d'un savoir-faire



RH - FORMATION

Le cabinet qui vous accompagne dans votre recrutement, formation et politique RH



COMMUNICATION

Un accompagnement pour augmenter votre notoriété



COMMUNICATION

Développer avec cohérence votre visibilité, votre notoriété et votre image



POSEZ VOS QUESTIONS SUR LA FRANCHISE

Nos experts vous répondent...

Partenaire

Publicité

ABONNEZ-VOUS ! L'Officiel de la Franchise à partir de 29,90€

Des acteurs confiants

Globalement, toutes les enseignes qui ont répondu à notre enquête restent plutôt confiantes pour l'avenir. Les bonnes performances réalisées dès la reprise les confortent dans le fait que l'activité pourrait atteindre son niveau d'avant-crise durant ces prochaines semaines. *"Je pense que l'activité reviendra à la normale dès les mois de septembre ou octobre. Généralement, la période d'été, allant de juin à fin août, est plutôt creuse. Mais cette année, les Français risquent de partir moins en vacances et nous tablons sur une fréquentation plus importante que d'habitude dans nos établissements"* estime Frédéric Pety. Un discours similaire avancé par Keep Cool. *"Typiquement, l'été n'est pas une période pleine pour nous mais il est évident que cette année, ce sera différent puisque nous n'avons pas vraiment le droit de voyager. Les adhérents continueront donc à se rendre en salles"*, explique Thomas Monnier. Chez On Air Fitness, la sérénité est aussi de mise. *"Nous sommes confiants sur la reprise car nous nous adressons à une clientèle de 18 à 30 ans, qui se sent moins concernée par la crise du Covid-19 et qui n'aura donc pas de mal à retourner dans les clubs de sport"*, avance Frédéric Vallet. *"D'autant que nous avons, dès le début du confinement, cessé de prélever nos abonnés. Une démarche qui nous permet de fidéliser nos clients."* De son côté, Iron Body Fit, avance que durant le confinement, l'enseigne a perdu en moyenne moins de 10 % de sa clientèle. *"Aujourd'hui, 60 % des studios ont constaté une hausse d'activité par rapport au confinement"*, insiste Romain Secchiarioli. *8 studios sur 10 ont déjà compensé la perte d'adhérents due au Covid-19 et 3 nouveaux studios ont ouvert leurs portes en juin, avec un planning déjà complet."*

Article réalisé en collaboration avec Nicolas Monier.



Camille Boulate

Suivre

Cet article parle de : activité sportive Adhérents fitness Fitness Park inscription Iron Body Fit L'Appart Fitness l'orange bleue On Air Fitness reprise Salles de sport

Tweeter Partager 6 Share Partager 1

Sur le même thème



Le burger détrône le jambon-beurre pour la 1ère fois

mardi 20 mars 2018, par [Julie Tadduni](#)

Avec une croissance qui explose en 2017.



70 % des Français fréquentent régulièrement les chaînes de restaurants

jeudi 4 avril 2019, par [Camille Boulate](#)

Food Service Vision vient de dévoiler les résultats d'une enquête concernant l'attractivité des chaînes de restaurants

CDI MÉDIAS & SERVICES

Le Groupe CDI est une entreprise de médias et de services. Il édite des magazines spécialisés dans le management, l'emploi, la création d'entreprise, la franchise et la vente directe, mais propose aussi de nombreuses solutions à destination des décideurs.

EN SAVOIR PLUS

PUBLICITÉ

Vous souhaitez communiquer dans nos magazines ou sur nos sites Internet ? Les conseillers de notre régie publicitaire sont à votre disposition !

EN SAVOIR PLUS

ABONNEMENTS

Abonnez-vous en quelques clics à nos magazines : L'Officiel de la Franchise, Rebondir et Courrier Cadres ! Vous profiterez ainsi d'offres Internet très avantageuses !

S'ABONNER