

Les salles de sport et de remise en forme

Concepts *low cost*, nouvelles offres, digitalisation, etc. : quelles perspectives pour le marché du *fitness* et les marges des exploitants à l'horizon 2018 ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur les salles de sport et de remise en forme. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6SME63

Alexandre Masure,
Chef de projets
Xerfi France



Les salles de sport et de remise en forme

Concepts *low cost*, nouvelles offres, digitalisation, etc. : quelles perspectives pour le marché du *fitness* et les marges des exploitants à l'horizon 2018 ?

Édition Septembre 2016
137 pages + 200 fiches d'entreprises

La déferlante des concepts *low cost* bouleverse le marché

En l'espace de 10 ans, l'industrie française du *fitness* a connu une véritable révolution. La floraison des salles à bas coûts sur tout le territoire a bousculé les acteurs historiques. Si ces concepts *low cost* ont largement contribué à la démocratisation du *fitness* et gonflé la clientèle des clubs de sport, leur essor a néanmoins entraîné une chute des prix, bridant ainsi la croissance du marché. S'imposant peu à peu comme la norme, le modèle *low cost* repose sur des bases fragiles qui interrogent sur la viabilité des établissements à moyen terme. Et ce d'autant que la saturation guette dans certaines agglomérations. Si les clubs *premium* restent à l'abri d'une telle concurrence, les clubs milieu de gamme font face à un dilemme : adopter un modèle à bas coûts, alléchant mais précaire, ou conserver leur modèle actuel, au risque de se priver d'une clientèle potentielle encore nombreuse. **Quelles sont les perspectives de croissance du marché et des marges des exploitants d'ici 2018 ? Sur quels leviers misent les réseaux pour s'imposer ? Quels seront les gagnants de la recomposition du marché ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché, des marges et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**
Prévisions sur le marché français, baromètre d'activité des exploitants de salles de sport et de remise en forme, analyse des forces concurrentielles sur le marché du *fitness* et principaux ratios financiers (principaux postes de charges, taux d'EBE, etc.) d'un panel de sociétés d'exploitation de salles.
- **Les enjeux et les principaux axes de développement des enseignes**
Le renfort de partenaires financiers, le renforcement du maillage territorial, les leviers d'adaptation de l'offre aux nouvelles attentes des clients (élargissement des prestations proposées, actions destinées à personnaliser l'offre commerciale et sportive, recours aux nouvelles technologies, etc.).
- **L'étude détaillée de la demande**
Description des moteurs et freins structurels, évolution de la consommation des ménages dans les activités liées au sport, décryptage de l'image et la pratique du *fitness* dans la population française, analyse du potentiel du marché français par rapport à ses voisins européens, etc.
- **Le panorama des forces en présence**
Positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier des 200 premiers opérateurs du secteur.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des exploitants de salles de sport et de remise en forme d'ici 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande, le contexte concurrentiel (intensification de la concurrence avec le développement des concepts *low cost*) et les mutations de l'offre (diversification des prestations et des offres d'abonnement, personnalisation des offres, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DES SALLES DE SPORT ET DE REMISE EN FORME

1. LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ DU FITNESS

2. L'ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ JUSQU'EN 2015

- Le marché français du *fitness* (2013-2015)
- Le chiffre d'affaires des exploitants de salles de *fitness* (2010-2015)

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2018

- Le marché français du *fitness* (2013-2018)
- Le chiffre d'affaires et le taux d'EBE des exploitants de salles de *fitness* (2010-2018)

2. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'ANALYSE DES MOTEURS ET FREINS STRUCTURELS

- L'analyse PESTEL

2. L'ENVIRONNEMENT SOCIOCULTUREL

- Les évolutions socioculturelles favorables au sport
- Le surpoids et l'obésité de la population
- Les pratiques sportives des français
- La pratique et l'image associées au *fitness*

3. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- La consommation des ménages et le budget consacré aux activités liées au sport (2008-2015)

4. LE MARCHÉ EUROPÉEN DU FITNESS

3. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE, LE CONTEXTE CONCURRENTIEL ET LES PERFORMANCES FINANCIÈRES DES EXPLOITANTS

1. LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES SALLES DE SPORT

- Les fondamentaux du modèle économique des salles de sport et de remise en forme
- Les caractéristiques des salles de sport (présentation de l'offre, principaux critères d'implantation, etc.) ;

- Les principaux modes de développement des enseignes : intégration, franchise et licence de marque
- Les sources de revenus des salles de sport (abonnement et revenus complémentaires ; décomposition du chiffre d'affaires d'un panel de sociétés)

2. L'ANALYSE DES FORCES CONCURRENTIELLES

- Vue d'ensemble des pressions concurrentielles
- Analyse et *scoring* des forces concurrentielles : fournisseurs (fabricants de machines, *coachs* indépendants), clients, nouveaux entrants (impact de la déferlante des concepts *low cost*), substituts, réglementation et rivalité entre concurrents

3. LES PERFORMANCES FINANCIÈRES DES EXPLOITANTS DE SALLES DE SPORT ET DE REMISE EN FORME

- La structure de coûts des salles de *fitness*
- L'évolution des principaux postes de charges : AACE, frais de personnel et dotations aux amortissements (2010-2015)
- L'évolution des soldes intermédiaires de gestion : taux d'EBE et de résultat net du panel (2010-2015)
- Le compte de résultat en % du chiffre d'affaires
- Le bilan en % de l'actif et du passif

4. LES ENJEUX ET LES AXES DE DÉVELOPPEMENT DES ENSEIGNES

1. TROUVER DES PARTENAIRES FINANCIERS

- Les opérations de fusions-acquisitions, levées de fonds et autres opérations capitalistiques dans le secteur depuis 2015, en France et en Europe

2. GAGNER EN VISIBILITÉ

- Le renforcement du maillage territorial des principales enseignes de *fitness*

3. ADAPTER L'OFFRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES CLIENTS

- Multiplier et moderniser les activités proposées : les grandes tendances du marché du côté de l'offre de prestations en salle ;
- Personnaliser l'offre sur un plan commercial (formules d'abonnement plus flexibles) et sportif (suivi individuel approfondi)
- Améliorer la formation des *coachs* : les différentes expériences d'école de formation propres aux enseignes

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Selon Xerfi, deux profils d'intervenants sont les mieux placés pour l'emporter : les clubs *low cost* (Neoness, Keep Cool, Basic Fit, etc.), en raison de leurs prix attractifs et de leur maillage dense du territoire, et, dans une moindre mesure, les clubs *premium* (CMG Sports Club), qui possèdent une réelle avance en matière de confort, de qualité de l'encadrement et de capacité à innover et renouveler leur offre.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du marché de la remise en forme. Parmi ceux-ci : la densification du maillage territorial, l'enrichissement de l'offre de prestations, l'exploitation des possibilités offertes par les nouvelles technologies (cours en ligne, machines connectées, réalité virtuelle), l'adaptation de l'offre à une clientèle mouvante (arrivée des seniors sur le marché du *fitness*, personnalisation de l'offre), etc.

- Exploiter les possibilités offertes par les nouvelles technologies : moteurs et freins pour le marché induits par Internet et les accessoires digitaux
- Focus sur le casque de réalité virtuelle *HoloFit* et sur la stratégie digitale de CMG Sports Club

4. ATTIRER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

- Préparer l'arrivée des seniors sur le marché du *fitness*.
- Étude de cas sur *L'Orange Bleue Mon Coach Santé*

5. ACCROÎTRE LE PANIER MOYEN

- Développer la vente additionnelle
- Focus sur l'offre de nutrition médicale et de produits minceur

5. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- Les 15 principaux groupes leaders
- Les 30 premières enseignes de salles de sport et leur positionnement de marché (clientèle, niveau de gamme)
- La cartographie générale des principaux acteurs du *fitness* en France

2. LES GROUPES MULTI-ENSEIGNES

- L'Orange Bleue ; Moving ; Nextalis ; CMG Sports Club

3. LES GROUPES MONO-ENSEIGNE

- CrossFit ; Keep Cool ; Vita Liberté ; Neoness ; Curves ; Magic Form ; Basic-Fit ; L'Appart Fitness

6. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 200 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2015, selon la disponibilité des comptes. 74% des comptes non consolidés 2014 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|-------------------|--------------------|-----------------------|
| • 1REBEL | • EASY FIT | • LFPI |
| • ACCROSPORT | • ELANCIA | • LIBERTY GYM |
| • AQUALIGNE | • EKKIO CAPITAL | • MERIDIAN SPA |
| • ASPRIA | • FEEL SPORT | • NEONESS |
| • ATLAS FORME | • FITNESS WORLD | • NEXTALIS |
| • AUDACIA | • FORM | • PHYSIC CLUB |
| • BASIC FIT | • DEVELOPPEMENT | • PURE GYM |
| • BASEFIT | • FREENESS | • REEBOOK |
| • CM-CIC | • GROUPE MATEUS | • THE GYM GROUP |
| • INVESTISSEMENT | • GROUPE MOVING | • TIKEHAU |
| • CONDIZIONE | • HEALTH CITY | • TOTAL FITNESS |
| • CMG SPORTS CLUB | • INGESPOT | • VIRGIN ACTIVE |
| • CROSSFIT | • KEEP COOL | • VIVA GYM |
| • CURVES | • LA FITNESS | • VITA LIBERTÉ |
| • INTERNATIONAL | • L'APPART FITNESS | • WELLNESS SPORT CLUB |

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|------------------------|----------------------|---------------------|
| • 72 M | • DGM SPORT | • LJ FORME |
| • A2B SPORT | • DJC FORME | • LMF |
| • ABC | • DMS | • MELODIE |
| • ABC FITNESS | • DOLE FORME | • MG FORME |
| • ACTION | • DSD 1 | • NALO SPORT |
| • DEVELOPPEMENT | • ESSONNE FITNESS | • NEW FITNESS |
| • LOISIR | • EUFORIE | • NEXTALIS |
| • ANF | • EUROVITAL | • NINA |
| • ATLAS FORME | • FA2L | • O DES CIMES |
| • BD GRENOBLE | • FIP CRETEIL | • OPERA SPORT |
| • BE ROCK | • FIRMA | • P13 FORME |
| • BLACK KEN | • FIT FACTOR | • PANTIN FITNESS |
| • BMR | • FIT FACTOR II | • PARADIFORM |
| • BO2 | • FITINVEST | • PDF DEF |
| • BODY HOME FITNESS | • FITLANE | • PLX |
| • BODY'S STUDIO | • FIT'N WELL | • PMV |
| • BOUGRILLON | • FIT'TEIX | • PMY |
| • SPORTING | • FREENESS | • RECREA |
| • CALICEO PAU | • GC FITNESS LYON | • RIVER SIDE |
| • CALICEO SAINT | • GLC FITNESS | • SM GYM |
| • HERBLAIN | • GUERSANT SPORTS | • SO'FORM |
| • CD1 | • HDV VELIZY | • SOSLI |
| • CDO DEVELOPPEMENT | • HEALTH CITY FRANCE | • SPIRIT'NFIT |
| • CHAMELEON FITNESS | • HEMERA | • SPORTS ASSET |
| • CIRCUIT ST POL CROIX | • IDF FITNESS | • STEFORM |
| • EN TERNOIS | • JPG SPORT | • VALTONUS |
| • CIM - TLH | • JTF | • VILLEJUIF FITNESS |
| • CLUB EQUILIBRE | • KC AIX CENTRE | • VITAFORM |
| • CMG SPORTS CLUB | • KC CLERY | • WATERFORM |
| • CMG SPORTS CLUB | • KC PIOLINE | • WE ARE SPORTS |
| • CORPORATE | • KC SALON | • WELL & FIT |
| • CMGI | • KCM5 | |
| • COCKTAIL FORME | • KCV | |
| • CORPS ACCORD | • KEN CLUB | |
| • COURBEVOIE FORME | • LE TIGRE YOGA CLUB | |
| • CREMIEU SPORTS | • LES BAINS DE LEA | |
| • CSGSG | • LES CERCLES | |
| • DANIEL MENGUY | • DE LA FORME | |

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SME63** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

▪ **Les sports et loisirs indoor**

6CSO18 – Juin 2016

▪ **Le marché de la minceur**

6IAA63 – Mars 2016

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6SME63 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 30/09/2017 (TVA 20,0%).

Les salles de sport et de remise en forme

Concepts *low cost*, nouvelles offres, digitalisation, etc. :
quelles perspectives pour le marché du *fitness* et les marges des exploitants à l'horizon 2018 ?

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC
☐	☐	☐

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607