

# CENTRE DE REMISE EN FORME OU DE FITNESS



Tous droits réservés - Crédit photos Panoramic

Code NAF2008.rév2

9313Z - 9311Z

9312Z - 8551Z

et divers

Principaux codes NAF

**L**a préoccupation grandissante pour la santé et le bien-être pousse les Français vers la pratique régulière d'un sport. Cette tendance bénéficie pleinement au secteur de la remise en forme qui propose une offre diversifiée et flexible, adaptée aux exigences des modes de vie sédentaires et urbanisés.

Cette forte demande contribue à aiguiser un climat de concurrence caractérisé par la présence d'un secteur privé et d'un secteur associatif de poids équivalent, et par l'évolution permanente de la demande des clientèles.

## **a**ctivités du secteur

### ▸ Définition

Une salle de remise en forme est un lieu mettant à disposition du public des équipements, un environnement et des prestations d'encadrement visant à l'amélioration de la condition physique, de la détente et du bien-être de ses clients.

La seule salle de musculation n'attire plus en effet les foules ; désormais, tout club se doit de proposer des activités complémentaires pour séduire une clientèle beaucoup plus large (hommes, femmes, seniors...) aux aspirations très diverses (détente, bien-être, mais aussi mal de dos, stress, obésité, convivialité...).

### ▸ Les différentes formes de pratique

On distingue désormais :

#### ■ Les activités classiques

- salle de musculation
- espace cardio-training (tapis roulants, vélos, stepper, rameur...)
- cours collectifs (culture physique, step, low impact, Hi/Lo, stretching...)
- cours de danse

#### ■ Des diversifications possibles

- sauna, hammam, spa
- piscine et aquagym
- massages et autres activités liées à la relaxation
- soins de beauté (solarium, enveloppements, soins du visage...)
- sports de défense et de combat
- squash, badminton
- diététique sportive
- vente de vêtements et d'accessoires de sport
- plate-forme vibrante

## **C**hiffres clés

### ▸ Structure de la profession

■ Environ 10 000 lieux se consacrent à la (re)mise en forme en France, en grande majorité au sein des structures associatives et des fédérations sportives.

■ Dans le secteur marchand, on dénombre de 1 600 à 3 000 clubs privés de remise en forme, selon les sources. La crise des années 2002/2003 a provoqué la fermeture de plus de 700 clubs, mais la crise de 2009 n'a pas eu, semble-t-il, beaucoup d'impact sur le secteur.

■ 95 % des clubs sont indépendants : au mieux 4,5 % à 5 % des clubs (environ 150) sont rattachés à une enseigne nationale (Club Med Gym, Fitness First, Vit'Halles, Moving...) et réalisent 15 à 20 % du chiffre d'affaires de la profession.

■ Le secteur emploie de 15 000 à 18 000 salariés et l'activité dégage de 700 millions à un milliard d'euros de chiffre d'affaires.

### ▸ Répartition géographique

■ C'est une pratique plus urbaine que rurale et le maillage du territoire augmente avec l'urbanisation.

■ Paris et sa grande couronne représentent environ 10 % du marché. La clientèle parisienne « consomme » ce type de services à côté de son bureau ou de son lieu d'habitation, et à toute heure.

■ En province, on privilégie l'ambiance copains ou familiale, ainsi qu'une localisation en centre-ville.

■ Les professionnels estiment qu'il ne faut pas plus d'une salle pour 50 000 habitants.

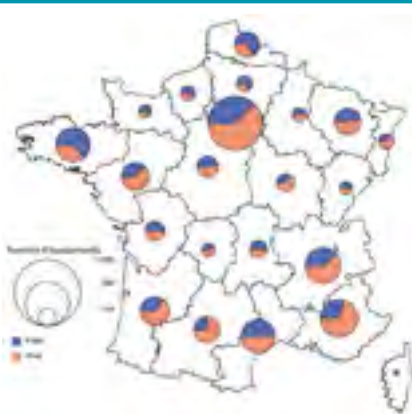
Source : Journal L'Union Champagne Ardenne Picardie

■ Le maillage actuel est d'environ 1 club pour 24 000 habitants.

### ▸ La clientèle

■ 14 à 15 millions des Français âgés de 15 ans et plus pratiquent, de façon assidue ou occasionnelle, le fitness, la musculation ou la gymnastique d'entretien, soit un quart de la population. Cependant, seuls 5 à 6 millions sont inscrits dans un club.

## Répartition par grande catégorie juridique au niveau national



Source : RES - Octobre 2010

■ Les pratiquants du fitness sont plutôt jeunes et en majorité des femmes (54 %), mais la catégorie des seniors est en forte progression.

■ La pratique a été une progression constante dans les années 90. Elle se stabilise aujourd'hui, avec deux millions de pratiquants supplémentaires depuis 2005.

#### ► Coût d'installation en 2008

■ Le coût d'aménagement est évalué à environ 1 000 €/m<sup>2</sup> (un chiffre qui varie en fonction du site d'implantation) auquel il faut rajouter un BFR de 3 à 6 mois d'activité (25 000 à 50 000 €).

■ Une salle bien équipée comporte au minimum vingt appareils, soit vingt postes de travail différents, un investissement d'au moins 80 000 € :

- 50 000 € pour les plus petits centres ;  
- 170 000 € pour les plus grands (Lady Fitness ou Lady Moving par exemple), sur des surfaces de 200 à 300 m<sup>2</sup>.

■ L'investissement dans un matériel de base pour une dizaine de clients (tapis, bancs de musculation, rameurs, step-pers, vélos) peut être limité à moins de 9 000 €.

Nombre de clubs	1 600 à 3 000 selon les sources
Chiffre d'affaires	700 M€ à environ 1 200 M€
Personnes occupées	de 15 000 à 18 000
Nombre de pratiquants inscrits	de 5 à 6 millions
Nombre d'adhérents/club	500
Cotisation annuelle moyenne	318 €

Source : APCE

## évolution du secteur

#### ► L'offre de services

Depuis que la profession s'est assainie, de nouveaux concepts ont redynamisé la profession autour du *low cost*, des salles réservées aux femmes ou des activités plus douces, où bien-être, relaxation et esthétisme sont en valeur.

#### ► Choisir entre franchise, indépendance ou association

■ L'indépendant non franchisé propose un nombre déterminé de prestations personnalisées dans une salle de taille limitée (n'excédant pas en général 1 500 m<sup>2</sup>). Il lui faut du temps pour faire l'apprentissage du métier et rentabiliser son investissement. Il est en concurrence avec les associations, notamment en province où il semble plus difficile de se lancer.

■ La franchise peut être un atout pour percer plus vite sur un marché, on bénéficie de la notoriété d'une enseigne et d'une formation, d'une assistance technique et commerciale, ainsi que de

différents services. Les contraintes existent en contrepartie : la communication reste l'exclusivité de la marque, il faut respecter la charte graphique et surtout pouvoir supporter l'ampleur des investissements de départ ou le droit d'entrée dans le réseau.

#### Pour en savoir +

Voir la fiche professionnelle de l'APCE sur la franchise, à l'attention des futurs franchisés.

## L'étude de marché

#### ► La demande

Le seul sport version bodybuilding ne fait plus recette. La clientèle vient chercher du bien-être avec les services de kinésithérapeutes, d'esthéticiennes, de diététicien(ne)s, de podologues et même de coiffeurs. Elle a découvert les vertus des saunas, hammams et spas, une tendance qui englobe des pratiques hétéroclites comme la gym aquatique, les massages, les soins...

**à savoir** Le « wellness » qualifie les différentes pratiques concourant au bien-être.

Le métier évolue aussi vers les services personnalisés : plus que jamais le client a besoin de « coaching » pour s'entraîner.

Généralement, les hommes pratiquent en priorité la musculation, les femmes privilégient les cours collectifs, et l'espace cardio-training est utilisé par les deux indifféremment.

Le plus souvent, la clientèle se répartit dans la journée de la manière suivante :

- matin : personnes ne travaillant pas ou pratiquant des horaires variables ;
- midi : clientèle de bureau préférant le sport au restaurant ;
- 14 h 00 - 17 h 00 : heures creuses ;
- soir : clients de proximité.

#### ► Les tendances

■ Proposer des tarifs attractifs de type Amazonia, Neonesse-forme. À la clef des formules *low cost* : un concept automatisé nécessitant moins de salariés que dans les centres traditionnels.

■ Développer en parallèle les services à la personne payants (*personal trainers*, cours collectifs, massages...).

■ Transformer les clubs de fitness en clubs de remise en forme (prévention santé).

■ Proposer des clubs à thèmes (pour les femmes, type Lady Moving et consœurs).

■ Fidéliser la clientèle majoritaire, attirer une clientèle peu représentée mais de plus en plus intéressée, ou développer un concept familial et convivial ouvert à tous.

Source : le GERF et l'UFBS en 2008

#### ► Quelques conseils pratiques

■ L'étude de marché doit définir le concept en fonction des goûts et du budget du créateur.

■ Elle doit identifier l'offre existante.

■ La localisation et donc la clientèle doivent concourir au choix des prestations offertes et aux prix proposés.

**à savoir**

Pendant longtemps, les salles de remise en forme avaient des superficies de 600 m<sup>2</sup>, voire 1 000 m<sup>2</sup>. La tendance actuelle est à la création de clubs plus intimes, moins coûteux, plus faciles à financer, de taille humaine d'environ 200 m<sup>2</sup>.

Source : Commerce magazine, guide des réseaux 2008.

- Indispensables : l'enquête de terrain avec le repérage de la concurrence, ainsi que les investigations menées sur la zone de chalandise ou auprès des fournisseurs, clients ou prescripteurs.
- Miser sur un concept pointu : Il faut habilement proposer une palette d'activités classiques et miser sur quelques nouveautés.
- Savoir s'entourer d'une équipe compétente. L'accueil, la convivialité, l'accompagnement personnalisé du client sont quelques-unes des clés de la réussite.
- Ne pas lésiner sur le matériel et veiller à la propreté des équipements qui donne au client une idée de la régularité de leur entretien.
- Enfin, une étude de la rentabilité s'impose dès la conception du projet.

## **L**e créateur et les règles de la profession

### ► Les diplômes reconnus pour exercer

On peut prendre la gérance d'un club de mise en forme sans posséder de diplôme particulier, mais dès qu'il y a acte d'enseignement, animation, entraîne-

ment ou simple présence considérée comme encadrement des utilisateurs, la personne qui l'accomplit doit posséder un diplôme d'État.

Source : la loi 84-810 du 16 juillet 1984, loi Avicé, prolongée par celle du 13 juillet 1992, relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives.

La liste des diplômes reconnus pour exercer l'activité contre rémunération est la suivante :

- Diplôme mis en place par le ministère chargé des sports : le BPJEPS AGFF, brevet d'État professionnel des métiers de la forme. Il est dispensé par des CREPS ou des organismes de formation habilités par l'État ;
- D'anciens diplômes comme le brevet d'État des métiers de la forme, les BEEGDA (brevet d'État d'enseignement de la gymnastique et des disciplines associées), et HACUMESE (haltérophilie, culturisme, musculation éducative, sportive et d'entretien) ;
- Il existe aussi le BEAECPC, brevet d'État d'aptitude à l'enseignement de la culture physique et du culturisme, qui donne la qualification d'enseigner la musculation, à l'exclusion des cours collectifs chorégraphiés ;
- Le DEUST métiers de la forme, diplôme professionnel du ministère en charge de l'enseignement supérieur dispensé par les universités. Suite à la réforme des universités (LMD), il a été complété par les licences professionnelles « activités sportives, option remise en forme et loisirs sportifs associés : responsable d'équipe de projets » et « activités sportives, spécialité métiers de la forme ».

**à savoir**

Il ne faut pas confondre salle de gymnastique et centre de remise en forme.

Une salle de gymnastique fait appel à d'autres types de personnel qualifié (détenteur du brevet d'État de gymnastique sportive). Mais dès lors qu'il y a culture physique, musique de fond, il y a exercice des métiers de la remise en forme.

### ► Les qualités requises

- Être dirigeant d'un club requiert des compétences ou des connaissances dans 5 domaines transversaux : la gestion sociale, la gestion économique, le management d'une petite structure, le marketing de services, la vente, et les règles de base de l'activité physique récréative de loisir.
- Être dirigeant d'un club, c'est savoir faire évoluer le concept en se formant aux approches nouvelles, et s'introduire dans les réseaux et syndicats professionnels pour échanger avec les exploitants expérimentés.

### ► La convention collective

Les clubs de fitness et de remise en forme, après avoir été intégrés à la convention collective ELAC des espaces de loisirs, d'attractions et culturels, devront dorénavant appliquer la convention collective du sport.

#### Pour en savoir +

JORF n° 0088 du 15 avril 2010, texte n° 54, arrêté du 7 avril 2010 portant extension d'un avenant à la convention collective nationale du sport (n° 2511), NOR : MTST1009606A

### ► La déclaration d'ouverture ou déclaration préalable

Une déclaration d'ouverture doit se faire

dans les deux mois avant l'ouverture de la salle, auprès de la DDCS (direction départementale de la Cohésion sociale) ou DDCSPP (direction départementale de la Cohésion sociale et de la Protection des populations). Cette déclaration doit préciser l'identité des personnes qui enseigneront et leurs diplômes, ainsi que leur déclaration d'exercice professionnel.

Les services de l'État effectuent ensuite une visite des locaux pour vérifier leur conformité.

**à savoir**

Le récépissé de déclaration à la DDCS ou à la DDCSPP est demandé lors de l'inscription au Centre de formalités des entreprises (CFE).

**C**

## ontacts et sources d'information

### ► Quelques sources utiles pour l'étude de marché

- La mairie, les organismes consulaires, les données Odil de l'Insee : @ <http://creation-entreprise.insee.fr> et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population.
- Le site du ministère des Finances permet d'accéder aux seuils d'imposition par commune @ [www.bercy.gouv.fr](http://www.bercy.gouv.fr), sans oublier la base de données sociales localisées @ <http://bdsl.social.gouv.fr>.
- La consommation des ménages est analysée par l'Insee et grâce aux indices de disparité des dépenses de consommation (IDC).

Source : les antennes départementales des fédérations professionnelles et les centres ou associations de gestion agréés.

■ **Le poids économique du sport en 2007**, enquête publiée en novembre 2009 par le ministère chargé des sports.

*Les Français, la forme et le bien-être, février 2008*, enquête Ipsos à retrouver sur @ [www.vivelaforme.com](http://www.vivelaforme.com)

■ On trouvera dans l'enquête réalisée à la demande de la Commission de la sécurité des consommateurs (CSC) des informations récentes sur les pratiquants de tous les types de salles :

@ [www.securiteconso.org](http://www.securiteconso.org) et

@ [www.vivelaforme.com](http://www.vivelaforme.com)

#### ► Organismes professionnels

##### ■ GERF

Groupement national des entreprises de remise en forme

76, rue Lazare-Carnot

45120 Chalette-sur-Loing

@ [www.gerf.fr](http://www.gerf.fr)

✉ [rolandchauve@club-internet.fr](mailto:rolandchauve@club-internet.fr)

##### ■ F3PF

Fédération des professionnels de la préparation physique et de la forme

Créée en juin 2006 pour défendre et favoriser la reconnaissance des métiers des éducateurs physiques, préparateurs et coaches dans le domaine de la forme

9 ter, avenue de la République,

74960 Cran-Gevrier Annecy

☎ 04 50 67 33 47

@ [www.f3pf.org](http://www.f3pf.org)

##### ■ Fédération française de gymnastique

7 ter, cour des Petites-Écuries

75010 Paris

☎ 01 48 01 24 48

@ [www.ffgym.com](http://www.ffgym.com)

##### ■ FFHMFAC

Fédération française d'haltérophilie musculation force athlétique et culturisme

4, rue du Chemin-Vert

94500 Champigny-sur-Marne

@ [www.ffhmfac.fr](http://www.ffhmfac.fr)

##### ■ FPS

Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs

109, rue du Faubourg-Saint-Honoré

75008 Paris

☎ 01 44 70 77 90

@ [www.filieresport.com](http://www.filieresport.com)

##### ■ FIFAS

Fédération française des industries du sport et des loisirs

3, rue Jules-Guesde

92300 Levallois-Perret

☎ 01 47 31 56 23

@ [www.fifas.com](http://www.fifas.com)

#### ► Informations professionnelles

@ [www.vivelaforme.com](http://www.vivelaforme.com), le site de la revue est un portail généraliste sur la forme ; à noter, les revues consultables en ligne contenant de nombreuses informations sur le métier (actualité, conseils, interviews...) et les liens vers d'autres sites.

@ [www.lereseaudelaforme.com](http://www.lereseaudelaforme.com),

les professionnels indépendants du fitness et de la forme

@ [www.sauna-first.com](http://www.sauna-first.com),

information sur le sauna

@ [www.planet-fitness.fr](http://www.planet-fitness.fr),

avec son magazine trimestriel *Les Mills News*

@ [www.bodyplanet.com](http://www.bodyplanet.com),

l'univers du fitness et de la musculation

@ [www.infosport.org](http://www.infosport.org), informations réglementaires sur le sport

@ [www.infogym.com](http://www.infogym.com), l'univers de la gymnastique

@ [www.studiopilatesdeparis.com](http://www.studiopilatesdeparis.com), l'école en France qui représente la méthode d'origine

##### ■ AFDAS

Fonds d'assurance formation des secteurs du Spectacle vivant, du Cinéma, de l'Audiovisuel, de la Publicité et des Loisirs - OCPA de la branche ELAC

3, rue au Maire - 75003 Paris

☎ 01 44 78 39 39

@ [www.afdas.com](http://www.afdas.com)

##### ■ UNIFORMATION

43, boulevard Diderot - 75012 Paris

☎ 08 20 20 52 06

@ [www.uniformation.fr](http://www.uniformation.fr)

##### ■ AGEFOS-PME

187, quai de Valmy - 75010 Paris

☎ 01 44 90 46 46

@ [www.agefos-pme.com](http://www.agefos-pme.com)

**Liste de fournisseurs** sur le site

@ [www.bodyplanet.com](http://www.bodyplanet.com), rubrique Adresses.

Voir également les sites

@ [www.fitnessboutique.fr](http://www.fitnessboutique.fr),

@ [www.stylefitness.fr](http://www.stylefitness.fr) ou encore

@ [www.multiform.com](http://www.multiform.com)

#### ► Salons professionnels

■ Salon Mondial Body Fitness Form expo Mars 2008, porte de Versailles

@ [www.formexpo.com](http://www.formexpo.com)

■ Salon Mondial rééducation Equip'salles

Octobre 2008, Parc floral de Paris

@ [www.salonreeduc.com](http://www.salonreeduc.com)

■ Salon de la piscine, des SPA et du sauna

Décembre 2008, porte de Versailles

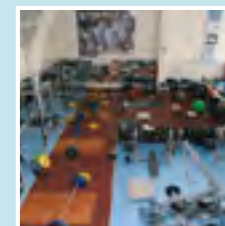
@ [www.salonpiscineparis.com](http://www.salonpiscineparis.com)

■ Mondial spa et beauté

8, 9, 10 mars 2008, Paris

@ [www.msbparis.com](http://www.msbparis.com)

Liste non exhaustive



Tous droits réservés - Crédit photos Panoramic

■ Fiche réalisée sur la base de la fiche de l'APCE correspondante et réactualisée en octobre 2010