

# Le marché du fitness et des activités sportives

## UN MARCHÉ IMMENSE

**1,2 milliards d'€ de CA**  
sur le marché des salles de fitness en France.

**6 millions de personnes**  
sont inscrits en club.

**318€**  
C'est le **montant moyen** d'une cotisation annuelle pour les clubs de fitness et remise en forme.

## LA PRATIQUE DU SPORT EST DEVENUE UNE TENDANCE EN FORTE CROISSANCE

**85%**  
**des Français**  
déclarent aimer le sport.

**1 Français sur 2**  
fait du sport au moins 1 fois par semaine.

**25%**  
**des Français**  
pratiquent de façon assidue le fitness, la musculation ou la gymnastique d'entretien.

## UNE CONCURRENCE DE PLUS EN PLUS FORTE

Aujourd'hui  
On compte **1 club** pour une zone de chalandise de **24 000 habitants**

Soit **2 fois +** que ce qui est recommandé par les experts du secteur.

## Nos solutions pour développer votre activité

Vos temps forts de communication :

FÉVRIER  
MARS  
AOÛT  
SEPTEMBRE

## GAGNEZ DE NOUVEAUX CLIENTS

**FAITES-VOUS CONNAÎTRE**  
auprès des nouveaux emménagés et des entreprises de votre quartier

### Comment ?

→ En envoyant un courrier auprès des foyers et des entreprises nouvellement installés dans votre zone de chalandise dans les 3 derniers mois.

### Pourquoi ?

→ Recruter des clients avant vos concurrents.

**Message :** faites une offre de bienvenue attractive « Offre spéciale nouveau client : 1 séance offerte » pour faire découvrir votre club et générer des inscriptions.

**COMMUNIQUEZ**  
sur votre zone de chalandise

### Comment ?

→ En diffusant un imprimé publicitaire dans les boîtes aux lettres des foyers de votre quartier.

### Pourquoi ?

→ Recruter de nouveaux adhérents toute l'année.

**Message :** profitez des temps forts en février, mars, août et septembre pour faire des remises sur les abonnements à votre club. Ex : « Préparez l'été dès maintenant et profitez de -20% dans notre club de fitness. »

**CAPTEZ**  
sur Internet vos futurs clients en recherche active

### Comment ?

→ En étant présent sur Internet : moteurs de recherche, votre propre site ou sur annuaire.com

### Pourquoi ?

→ Vos clients se renseignent sur Internet pour rechercher un club de sport et les services qu'il propose.

**Message :** mettez en avant votre établissement, le cadre, l'accueil, ainsi que les services annexes à forte valeur et complémentaires (sauna, soins esthétiques, ...). Ceux-ci sont autant d'atouts pour vous différencier et séduire des clients en recherche active.

## MAXIMISEZ LE POTENTIEL DE VOS CLIENTS

**FIDÉLISEZ**  
vos clients en entretenant une relation privilégiée

### Comment ?

→ En envoyant plusieurs fois par an des courriers personnalisés et des SMS à une sélection de clients avec une offre d'essai sur des activités ou services complémentaires (coaching, stages, ...).

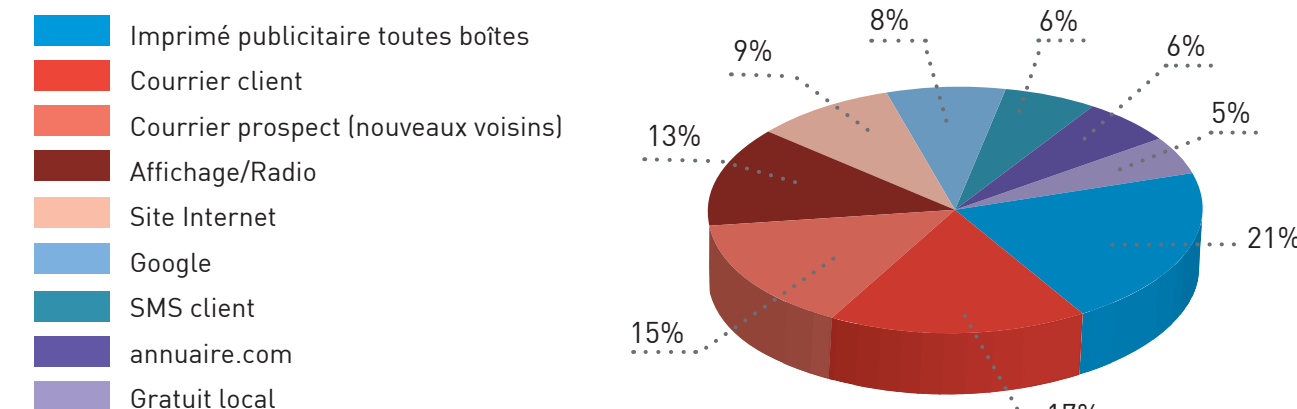
### Pourquoi ?

→ Créer une relation avec le client pour le fidéliser et le garder sur le long terme.  
→ Faire consommer plus de prestations et se faire recommander auprès des proches de vos clients fidèles.

**Message :** faites des opérations de parrainage afin de récompenser vos clients les plus fidèles et les inciter à vous recommander auprès de leurs proches. Ex : « cher(e) client(e), pour vous -30% sur votre abonnement et celui de votre ami(e) pour toute souscription ce mois-ci ».

## Vos investissements en communication

### Répartition conseillée de votre budget de communication annuel



**Un investissement annuel de 3% de votre chiffre d'affaires vous permet d'assurer une communication multi-média efficace :**  
→ Plusieurs mailings personnalisés et campagnes SMS auprès de vos clients,  
→ Des campagnes d'imprimés publicitaires,  
→ Une présence sur Internet et sur un annuaire.