



Après 15 années d'existence sur Internet et 7 ans de développement de succursales, Fitness Boutique s'est ouvert à la franchise depuis 2011 : un véritable succès !



FITNESSBOUTIQUE,

leader français du home fitness et de la nutrition sportive

Un bel exemple de Web to Store

L'histoire de FitnessBoutique est une réelle success story à la française. Son fondateur, Stéphane Viscuso, a lancé son activité sur Internet en 1999 pour apporter un large choix d'appareils de fitness, de produits de nutrition sportive et de conseils au grand public. Pure player à l'origine, il s'est ensuite rapproché de ses clients et a ouvert des boutiques. Actuellement, ce sont 62 magasins en France, 2 au Maroc et 1 au Sénégal qui ont été ouverts, en succursales et en franchise.

« Nous nous sommes fixés l'objectif de 30 ouvertures en franchise et en propre pour l'année 2015 » explique Pierre-Luc Guittet, Responsable du développement réseau « mais nous privilégions la qualité à la quantité. Nous détenons plus de 50% des parts de marché du home fitness et de la nutrition sportive, en distribution spécialisée. Nous sommes donc attentifs à la qualité de nos points de vente » ajoute-t-il.

Produits : se démarquer par l'innovation

Sur la partie nutrition sportive, les chefs de produits de FitnessBoutique développent un grand nombre de produits sous cinq marques propriétaires, dont Black Protein, fabriquée par des spécialistes européens, sélectionnés pour leur savoir-faire. Cette volonté d'innovation répond à une demande croissante du marché. FitnessBoutique référence également les plus grandes marques du marché.

De la même manière, FitnessBoutique référence les marques de matériel les plus connues et ses chefs de produits créent – sous trois marques propres dont Heubozen – des articles répondant aux différentes attentes de ses clients, de l'entrée de gamme au professionnel.

Ce double positionnement permet d'avoir une croissance supérieure au marché (qui progresse tout de même de 4% par an environ). « Avec la création de nos propres produits, nous faisons bénéficier nos franchisés d'innovations exclusives et favorisons leur rentabilité » précise Stéphane Viscuso, PDG.

Le choix de la franchise FitnessBoutique

FitnessBoutique s'est donc imposée sur son marché. L'ambition de l'enseigne est d'avoir plus de 200 magasins en France. Elle se donne tous les moyens de réussir. L'accompagnement des nouveaux franchisés est total, sur la validation de locaux, le business plan, la formation initiale et continue, le plan merchandising, le système d'information et la logistique...

« Tout est fait pour que notre nouveau franchisé puisse voler de ses propres ailes en toute confiance » précise Pierre-Luc Guittet. « Nous avons une offre attractive, un modèle économique testé et éprouvé dans nos propres magasins, des actions marketing produits régulières et une communication ultra dynamique... parallèlement nous essayons d'avoir une grande rigueur dans notre gestion. Nous pensons être en bonne ordre de marche pour accompagner notre développement dans les années à venir » conclut Stéphane Viscuso.

Les chiffres-clé du franchisé Fitness Boutique

- CA annuel de l'enseigne : 41 millions d'euros
- 65 points de vente à fin 2014
- Nombre de franchisés : 22 (dont 5 multi franchisés)
- Zone de chalandise : à partir de 50000 habitants
- Positionnement : du sportif occasionnel au sportif de très haut niveau
- Surface minimum : 70 m²
- Droits d'entrée : 12 000 €
- Assistance ouverture et formation initiale : 8 000 €
- Apport minimum : 25000 €
- Royalties : 4,5% du chiffre d'affaires
- Redevance publicitaire : 3000€ par an

FITNESSBOUTIQUE

Infos sur fitnessboutique.fr