

Conseil Consultatif



Compte-Rendu

02/11/2015

Présents :

- Comité opérationnel Réseau :

Stéphane Viscuso
Julien Dubertrand
Pierre-Luc Guittet
Sophie Creton
Mathieu Viscuso
Rachel Beaugendre
Laëtitia Gatuingt
Florian Doublier
Antoine Joyeux

- Membres Franchisés Partenaires :

Frédéric Ollivier
Julien Bonansea
Stéphane Gavaille

Conformément aux statuts du conseil consultatif et suite à l'élection survenue lors de la dernière convention, le Conseil Consultatif s'est réuni ce jour avec une nouveauté pour cette session, trois managers de magasins intégrés représentant chacun un format étaient également conviés (boutique, magasin, showroom).

Vous en trouverez ci-après la synthèse :

1. PARTIE JURIDIQUE/ADMINISTRATIVE

Ordre du jour	Synthèse des débats
Election du Président	Julien Bonansea, membre franchisé du réseau, a été élu Président du Conseil Consultatif.
Choix du Secrétaire	Rachel Beaugendre a été désignée.
Election des membres de la commission produits	<p>La commission Produit a pour rôle d'émettre des avis sur les nouveautés produits à sortir ou à référencer. Les membres de la commission sont :</p> <p>Pour le Franchiseur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Julien Dubertrand - Mathieu Viscuso - Sophie Creton - Laëtitia Gatuingt - Antoine Joyeux <p>Pour les membres Franchisés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Julien Bonansea - Frédéric Ollivier - Stéphane Gavoille <p>Elle s'est réunie après le conseil consultatif.</p>

2. LE PROGRAMME DE FIDELITE

Pour faire suite au bilan présenté à la convention, le conseil est revenu sur le programme de fidélité et les décisions à prendre concernant la sélection du catalogue de produit ainsi que les évolutions pour 2016.

Ordre du Jour	Synthèse
Utilisation des bons d'achat	<p>Entre le 1^{er} et le 15 janvier 2016, les clients ayant cumulé des points sur l'année 2015 vont recevoir un email les prévenant qu'ils bénéficient d'un bon d'achat de XXX €. Il a été décidé d'envoyer le mail de rappel uniquement aux clients fidèles diététiques. Les autres clients pourront consulter leur compte client pour connaître la valeur de leur bon d'achat.</p> <p>Vous trouverez en annexe 2 les tableaux de répartition estimée des bons d'achat à date.</p> <p>Ces bons d'achat unitaires non sécables seront valables sur une sélection produits non cumulables avec les promos en cours et dans la limite des stocks disponibles.</p> <p>Le Conseil a statué sur la sélection des Produits disponibles avec les bons d'achat du programme fidélité</p> <p>En annexe 1, vous trouverez la sélection produit retenue par le conseil.</p> <p>Sur la question d'augmenter la fréquence d'utilisation des bons d'achat, nous étudierons le comportement client début 2016 avant de décider si il convient ou non de modifier ce programme.</p> <p><i>Un bilan sera fait lors de la journée MMM du lundi 21 mars.</i></p>
Evolutions 2016	<p>Le Conseil a statué sur la fréquence des cadeaux clients. D'un commun accord, il a été convenu que réduire la fréquence de dotation de cadeaux n'impacterait pas négativement la fidélité de nos clients. Pour autant il convient de distribuer ces cadeaux sur les mois forts en termes de trafic prospect soit : janvier, mars, avril, mai, juin, septembre avec un PMP de 2,50€ par cadeau. Il y aura donc 6 nouveaux cadeaux cette année.</p> <p>La boîte de bonbons et les portes clefs ayant déjà été commandés, 4</p>

nouveaux cadeaux sont à acheter et le conseil a statué pour :

- Tshirt siglé FB (homme/femme)
- Serviette siglée FB
- Gourde type Wod Crucher Scitec
- Débardeur (Homme/Femme)

Les magasins pourront distribuer les stocks résiduels existants et déjà acquis précédemment lors des mois sans cadeau à leur convenance.

Quoiqu'il arrive contenu de la nouvelle politique échantillon, le client repartira toujours avec quelque chose : cadeau, échantillon ou leaflet.

3. LA COMMUNICATION LOCALE

Au vu des éléments fournis par chacun, certains partenaires franchisés ne dépensent pas les 3000€ de communication locale par an comme stipulé au contrat.

La publicité locale fait partie intégrante du succès de l'enseigne et du développement de la notoriété locale de la marque, il est donc indispensable que chacun respecte ses engagements auprès de la tête de réseau.

Le Conseil a toutefois souligné qu'il est nécessaire que la tête de réseau aide davantage le réseau sur ces aspects et dirige es partenaires sur les bonnes pratiques et les moyens de communication les plus efficaces. Il a été listé dans l'ordre des actions publicitaires que le conseil définit comme intéressante :

- Flocage véhicule
- Sponsoring de club de sport locaux (panneaux, Partenariat club de remise en forme (remise échantillons à chaque nouvel adhérent, remise pour les membres...))
- Street marketing avec remise de Flyer par des hôteses sur Segway...
- Facebook publicité
- YouTube local
- Adwords Local

Dans ce sens, Fitnessboutique a mis au point un modèle de contrat coach qui sera fourni rapidement sur l'intranet et qui permettra de faire bénéficier à un coach ou à un athlète local une dotation produit textile et nutrition ainsi que 5% de bons d'achat sur les ventes réalisées par les clients qu'ils nous envoient.

Maryline Sœur-Hochard, nouvelle directrice marketing, reviendra vers le conseil sur ces aspects.

Pour les opérations commerciales, un calendrier semestriel des opérations à mettre en place va être fourni et il est nécessaire que les partenaires franchisés se positionnent sur celles qu'ils souhaitent adopter. La plateforme communiquera sur les réussites et statistiques des opérations commerciales.

Le conseil a approuvé qu'un courrier de rappel au contrat soit envoyé aux partenaires qui ne jouent pas le jeu et que des sanctions seraient prises après 3 rappels à l'ordre du respect des obligations contractuelles sur ce point.

4. REMONTEES DES POINTS DE VENTE

DEMANDES TECHNIQUES :

- Tout comme la ligne rabais apparait sur les statistiques de ventes magasin du Back Office, certains souhaiteraient également avoir la ligne du coût de distribution des goodies.
A titre d'information le coût moyen d'un cadeau est de 2€.

Le service technique va être interrogé sur la faisabilité d'un développement à cet effet dans le Back Office.

- **Ticket :**

Quand une demande de ticket est réalisée, il n'y a pas d'alertes concernant des réponses à ce ticket.

Le service technique va être interrogé sur la faisabilité d'un développement à cet effet dans le Back Office.

OPERATIONS COMMERCIALES :

- **Pourquoi avoir mis en place une Opération NUTREND alors que cette marque est exclusive (opération sur le Big)?**

⇒ Le fournisseur a proposé une opération à l'achat qui a été rétrocédée aux franchisés et au consommateur. Ceci a permis d'accélérer fortement les sorties produits.

- **Les partenaires franchisés demandent à connaître leurs nouveaux prix d'achat lors des opérations commerciales.**
⇒ A l'avenir, les prix d'achat des promotions seront systématiquement communiqués sur l'ensemble des opérations commerciales
- **Alors que nous sommes distributeur exclusif, on trouve du BIG sur Bodysport.fr**
⇒ Il n'y a pas de perte d'exclusivité mais c'est une société Belge qui est implantée en France. Il sera demandé des explications rapides auprès de Nutrend car FitnessBoutique est exclusif pour la France. Nous veillerons à ce que le nécessaire soit fait.
- **Pourquoi il y a eu rétribution de RFA cette année ?**
⇒ Pour bénéficier de RFA, il faut atteindre certains paliers ce qui n'avait pas été le cas les années précédentes. De meilleures ventes sur les marques avec lesquelles nous en avons négociées et de meilleures négociations ont permis d'atteindre les objectifs et ainsi en faire bénéficier à chacun.

SUPPLY CHAIN / ACHAT/LOC :

- **Ruptures sur certains produits.**
Nous prenons l'exemple sur le parfum Framboise Kiwi Harder : les ventes de ce parfum sont très supérieures au prévisionnel de vente, alors que les sorties des Whey vanille, par exemple sont inférieures au prévisionnel. Les ajustements sont faits chaque semaine avec les fournisseurs, mais les délais de production ne permettent pas toujours d'avoir la réactivité souhaitée.
- **Remontée quant à la Valeur globale du stock DIET qui augmente.**
Le service achat a mis 3 plans d'action en cours :
 - Rationalisation du référencement pour épurer les produits à faible rotation
 - Optimisation des conditionnements à l'achat sur toutes les nouvelles lignés lancées
 - A terme, une gestion d'un SMP différencié par potentiel de magasin
- **Constat d'erreurs de préparation GTL d'Avril à Août.**
Le nécessaire a été fait et le niveau d'efficacité et la qualité de préparation se sont améliorés depuis septembre. Le service logistique suit ce sujet de près avec les prestataires.
Attention aux sacs de poudre sur le dessus du carton car il y a risque de transpercer les sacs à l'ouverture des cartons.
- **Frais de Port :**
La Tarification Mazet est claire et lisible mais quand les produits viennent d'autres fournisseurs en direct, les franchisés ne connaissent pas le coût de transport.
A noter que les flux au départ de Bodysolid sont pratiquement tous livrés par Mazet, et cette grille de transport est plus favorable que les frais de transport appliqués par le fournisseur.
⇒ Le service transport va donner des exemples de facturation de frais de port aux franchisés pour que la position soit claire sur BODYOLID, Kettler et BH.

5. DIVERS

Contrôle de la DDPP (ex DGCCRF)

La DDPP a émis un PV de saisie d'une quarantaine de GAINER établis dans nos entrepôts il y a 15 jours. Certains produits ne respecteraient pas le règlement additif de 2008 qui interdit de mélanger des édulcorants et des sucres ajoutés dans les produits de sport.

Les GAINER ne pouvant être déposés comme des compléments alimentaires selon la loi, ils doivent respecter cette contrainte. Tout le marché serait donc concerné

La procédure est en cours, le risque est important. Des échanges sont en cours avec l'administration et nous vous informerons rapidement des conséquences.

Prochaine date du conseil : 25 avril 2016

COMMISSION REFERENCEMENT PRODUITS

1. MATERIEL

- **Introduction de plusieurs nouveautés sur les mois d'octobre et novembre :**
 - o Des nouveautés en entrée de gamme (vélos elliptiques et magnétiques) introduites sur le Web dans un premier temps : Compact Bike, My Power MP3, My fusion MP3 ...
 - o Des nouveautés implantées en magasin en parallèle : Cougar 3, tapis Healthrider H200 T, U60 Nordictarck, Tourmalet 3, CTR4 ...
- Nous effectuons **une veille concurrentielle quotidienne** avec un alignement sur la concurrence en particulier TOOL Fitness et DECATHLON.
- **Référencement Gamme 1 :**

A la demande du conseil, deux évolutions seront planifiées au printemps afin d'offrir un éventail de marque plus large en Boutique à savoir :

 - o Rameur : remplacement du Racing Rower (Moovyoo) par le Training Rower (Heubozen)
 - o Biking : remplacement du X Speeder (MOOVYOO) par le Tourmalet 3 (BH)

2. NUTRITION

DEMANDES DU RESEAU :

- Compléter l'offre Black Protein (ou Harder) par une Caséine
⇒ Une caséine Harder devrait sortir d'ici le printemps mais les délais sont plus longs pour trouver une caséine totalement à base de lait Français.
Une caséine BIO devrait également suivre.
- Autres demandes formulées :
 - o Bonbons CARNITINE à croquer en marque FitnessBoutique
 - o Un BCAA en poudre à moins de 30€ comme les Instants BCAA 400 et 200
 - o Une évolution des parfums de la BP ARKENS (suite au lancement de la gamme HARDER)
 - o Demande d'explication sur les BCAA BP : pourquoi un produit 10.1.3 :
⇒ Il y a une très forte demande du marché d'avoir du 10.1.1, mais il fallait augmenter la valine, et pour avoir une formulation originale sur le marché, avec de la Leucine et de la L-Glutamine, il a été décidé de sortir le 10.1.3.
 - o Pain Protéiné :
⇒ Problème de péremption sur ces produits (DLUO trop courte pour garantir une commercialisation dans de bonnes conditions). Il n'y aura pas de référencement sur ce type de produit pour le moment.
 - o Gamme salée en Endurance :
C'est une demande consommateur récurrente sur certains magasins
⇒ **Se rapprocher de Nutrend pour voir si référence existante**

EVOLUTION de L'OFFRE

BLACK PROTEIN :

- Plusieurs nouveautés arrivent sur cette gamme ainsi que de nouveaux arômes, et nouveaux packagings. Les sorties sont prévues pour le salon du BodyFitness en Mars
- Présentation d'un MULTI ENERGY DUO NIGHT and Day, formulation complexe et technique en cure de 1 mois à 39,90€ le pack.
 - Le SIBERIAN R -Cut va passer en double pilulier Night and Day, bruleur la journée et le soir CLA + OMEGA 3 à 44,90€.

HARDER :

- De nouveaux parfums sont prévus sur les BCAA et Amino
- Sortie d'un Hard Gainer 4kg à 89,90€ : il sera en magasin courant novembre
- Le PREWORKOUT goût caipirinha est déjà en magasin.

FB RESPECT :

Il a été décidé l'arrêt du Multi Energy en Black Protein qui devient ENERGY dans la gamme Respect et made in France. Le produit est déjà en stock entrepôt, les réceptions en points de vente sont en cours.

Nouvelle Gamme SO TASTY : Ready to eat/Ready to Cook dans les 6 mois à venir.

- Protein Pancake : 33% de protéine, flocon d'avoine. La protéine de lait utilisée est la même que pour la gamme Harder.
- Le Blanc d'œuf passera également sur cette marque.
- Pâte à tartiner
- Flocons d'avoine BIO au prix de la concurrence (agrément BIO à lancer).

GAMME BIO/VEGAN :

Au printemps prochain sur le la WHEY, Caséine, Protéine de Soja , Spiruline...

BARRES PROTEINEES :

- La centrale est en recherche de solution pour introduire la marque Quest, mais il y a de la difficulté d'approvisionnement sur ces produits.
- Dégustation des FLAP JACK, barres Nutrend de 100G, vendues par boîte de 20. 4 parfums ont été validés par la commission ; Pistache, Choco coco, Abricot, Choco Amande. Le Prix de vente est de 2€.

PASTA PERFECT

- Présentation d'une Box Made in France de pâtes alimentaires faite avec de l'eau minérale accompagnées d'un sachet Sauce tomate oignons ou Curry Coco et un sachet de Thé vert.
- Boîte découverte à 7,90€ le cube. La négociation est en cours.

3. ACCESSOIRES

Un nouveau fournisseur vient d'être référencé **SKLZ** qui produit tous les accessoires de training : produits de qualité sur lesquels la marque apporte un brevet spécifique pour éviter les blessures et travailler en toute sécurité.

FitnessBoutique a obtenu la signature de la distribution exclusive en France.

La sélection Produits est en cours pour travailler un mobilier spécifique et une PLV.

Annexe 1 : Catalogue produits

Univers	Références	Désignation
DIETETIQUE	BLABLPWHEY3000FB	Whey Arkens Fraise Banane Pot de 3 kg
DIETETIQUE	BLABLPWHEY3000PM	Whey Arkens Pêche Mangue Pot de 3 kg
DIETETIQUE	BLABLPWHEY3000V	Whey Arkens Vanille Pot de 3 kg
DIETETIQUE	NUTVS421000C	Long Core Chocolat Cacao Pot de 1000 g
DIETETIQUE	NUTVS421000V	Long Core Vanille Pot de 1000 g
DIETETIQUE	NUTVS422200C	Long Core Chocolat Cacao Pot de 2200 g
DIETETIQUE	NUTVS422200V	Long Core Vanille Pot de 2200 g
DIETETIQUE	FITHERMO120	Thermo Etui de 120 Gélules
DIETETIQUE	NGNSCALP180	Scalped Etui de 180 Gélules
DIETETIQUE	NUTCARDR750C	Carnitine Activity Drink Avec Cafeine Cool Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARDR750M	Carnitine Activity Drink Avec Cafeine Fruits rouges Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNDRIBL	Carnitine Activity Drink Sans Cafeine Mûre Citron vert Blackberry Lime Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNDRIKD	Carnitine Activity Drink Sans Cafeine Pitaya Dragon fruit Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNDRIKE	Carnitine Activity Drink Sans Cafeine Eucalyptus Kiwi Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNDRIKP	Carnitine Activity Drink Sans Cafeine Pamplemousse Grapefruit Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNDRIPM	Carnitine Activity Drink Sans Cafeine Pomelo Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNITINDRINK_LEMON	Carnitine Activity Drink Avec Cafeine Citron Lemon Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNITINDRINK_ORANGE	Carnitine Activity Drink Avec Cafeine Orange sanguine Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTCARNITINDRINK_PINEAPPLE	Carnitine Activity Drink Avec Cafeine Ananas Pine apple Bouteille de 750 ml
DIETETIQUE	NUTFATDIR160	Fat Direct Pilulier de 160 Gélules
DIETETIQUE	FITAMINO180	Amino Pilulier de 180 comprimés
DIETETIQUE	FITGLUTCH180	Glutamine Chewables Fruits des bois Pot de 180 Comprimés à croquer
DIETETIQUE	NGNSTWNO60UN	Satawe NO Shot Fraise Monodose de 60 ml
DIETETIQUE	FITCREACHFR	Creatine Chewables Fraise Pot de 180 Comprimés à croquer
MATERIEL	FITGRD700BB	Gourde Bright Blue 700 ml
MATERIEL	FITGRD700PP	Gourde Harder Pretty Pink 700 ml
MATERIEL	FITPILULBL	Pilulier blanc Logo Fitnessboutique 2 couleurs
MATERIEL	FITSHAK500CO	Shaker Harder Crazy Orange 500 ml
MATERIEL	FITSHAK500MP	Shaker Harder Magic Pink 500 ml
MATERIEL	FITSHAK500SB	Shaker Harder Sky blue 500 ml
MATERIEL	FITSHAK500SG	Shaker Harder Stunning Green 500 ml
MATERIEL	FITSHAK500SY	Shaker Harder Shocking Yellow 500 ml
MATERIEL	FITXQ03500ML	Shaker FitnessBoutique Gris Orange 500 ml
MATERIEL	FITBALBOARD	Balance Board
MATERIEL	FITCORDBAS	Corde Basic
MATERIEL	FITGYMBALL55	Gym Ball 55 cm
MATERIEL	FITGYMBALL65	Gym Ball 65 cm
MATERIEL	FITMUSCLET	Musclet
MATERIEL	FITMUSCREGL	Musclet Réglable
MATERIEL	HEULTLIGHTXL	Ceinture ULTRALIGHT - taille XL
MATERIEL	HEUIRBOUXL	Ceinture cuir à boucle - taille XL

Conseil Consultatif 02/11/15

MATERIEL	HEUULTLIGHT	Ceinture ULTRALIGHT - taille S
MATERIEL	HEUULTLIGHTL	Ceinture ULTRALIGHT - taille L
MATERIEL	HEUULTLIGHTM	Ceinture ULTRALIGHT - taille M
MATERIEL	TANBC532	BC532 Verre Argent Pèse Personne
MATERIEL	FITSHHRDNVL	T Shirt Homme Harder Noir Vert Taille L
MATERIEL	FITSHHRDNVM	T Shirt Homme Harder Noir Vert Taille M
MATERIEL	FITSHHRDNVS	T Shirt Homme Harder Noir Vert Taille S
MATERIEL	FITSHHRDNVXL	T Shirt Homme Harder Noir Vert Taille XL
MATERIEL	FITBRHRDNVL	Bermuda Homme Harder Noir Vert Taille L
MATERIEL	FITBRHRDNVM	Bermuda Homme Harder Noir Vert Taille M
MATERIEL	FITBRHRDNVS	Bermuda Homme Harder Noir Vert Taille S
MATERIEL	FITBRHRDNVXL	Bermuda Homme Harder Noir Vert Taille XL
MATERIEL	FITPTHRDNVL	Pantalon Jogging Homme Harder Noir Vert Taille L
MATERIEL	FITPTHRDNVM	Pantalon Jogging Homme Harder Noir Vert Taille M
MATERIEL	FITPTHRDNVS	Pantalon Jogging Homme Harder Noir Vert Taille S
MATERIEL	FITPTHRDNVXL	Pantalon Jogging Homme Harder Noir Vert Taille XL
MATERIEL	FITBXHRDNVL	Boxer Homme Harder Noir Vert Taille L
MATERIEL	FITBXHRDNVM	Boxer Homme Harder Noir Vert Taille M
MATERIEL	FITBXHRDNVS	Boxer Homme Harder Noir Vert Taille S
MATERIEL	FITBXHRDNVXL	Boxer Homme Harder Noir Vert Taille XL
MATERIEL	FITSWHRDNVL	Sweat Capuche Zippe Homme Harder Noir Vert Taille L
MATERIEL	FITSWHRDNVM	Sweat Capuche Zippe Homme Harder Noir Vert Taille M
MATERIEL	FITSWHRDNVS	Sweat Capuche Zippe Homme Harder Noir Vert Taille S
MATERIEL	FITSWHRDNVXL	Sweat Capuche Zippe Homme Harder Noir Vert Taille XL
MATERIEL	FITBNHRDNV	Bonnet Brode Harder Noir Vert

Annexe 2 : Répartition estimée Globale des Bons d'achat du programme Fidélité

Ceci est une répartition estimée à fin octobre des bons d'achat du programme de fidélité. Il est rappelé que l'ensemble des chèques cadeaux ne seront pas consommés.

Répartition sur la Diet pour les magasins :

Nombre de points acquis	Valeur chèque cadeau	Répartition Nb Chèques	%
100	5 €	15 792	71%
250	10 €	4 622	21%
500	25 €	1 431	6%
1 000	50 €	229	1%
1 500	90 €	49	0%
2 000	120 €	12	0%
2 500	150 €	8	0%

Répartition sur le Matériel pour les magasins :

Nombre de points acquis	Valeur chèque cadeau	Répartition Nb Chèques	%
100	5 €	2 361	19%
250	10 €	4 697	37%
500	25 €	3 913	31%
1 000	50 €	923	7%
1 500	90 €	334	3%
2 000	120 €	133	1%
2 500	150 €	89	1%
3 000	180 €	33	0%
3 500	220 €	22	0%
4 000	260 €	18	0%
4 500	300 €	14	0%
5 000	340 €	8	0%
5 500	380 €	12	0%
6 000	420 €	5	0%
6 500	460 €	3	0%
7 000	500 €	17	0%