



INDUSTRIE & SERVICES

marketing

CMG Sports Club surfe sur les tendances

CAS D'ÉCOLE

Le club One Saint-Lazare, que le réseau francilien ouvre le 30 avril, s'adapte aux nouvelles attentes des pratiquants.

Clotilde Briard
@ClotildeBriard

Rue Boursault, près du métro Rome, le One Saint-Lazare que CMG Sports Club ouvre à Paris le 30 avril se répartit autour d'un escalier tournant à la manière d'une rampe de parking, seule évocation du garage que l'endroit fut autrefois. Sur 3.000 mètres carrés et six niveaux, il est le plus grand du réseau et va jouer les hubs sportifs.

Sa configuration veut refléter les nouvelles attentes du public des salles de fitness que la seule proximité d'un espace ne suffit plus à satisfaire. Au menu : diversification des propositions et création de studios spécialisés dans une seule activité. Au-delà des appareils de musculation connectés, une grande piste en gazon synthétique offre de la place pour un entraînement « freestyle » avec des accessoires et des tableaux

d'exercices proposés par les coaches. Tandis qu'une autre zone permet de travailler la coordination grâce à des jeux de lumière sur le mur. « Il faut aider à varier l'entraînement »,

remarque Benoît Mazerat, directeur du développement commercial.

La création de ce 23^e établissement fait partie d'une stratégie musclée de reconquête menée par CMG Sports Club, l'ex-Club Med Gym, présent en Ile-de-France et surtout à Paris.

1 INTÉGRER LES MUTATIONS

Le marché du fitness est en effet en pleine mutation. De deux ouvertures et demie par an en moyenne en Ile-de-France, il est passé à une quinzaine avec le développement du low cost. « Cela amène à repenser l'offre », souligne Benoît Mazerat, ajoutant : « D'une manière générale, la pratique sportive et l'envie de prendre soin de soi se développent. » La mode du running suffit à en témoigner.

« Le besoin de conseils et d'accompagnement s'accroît », juge-t-il également. Un point que l'enseigne, qui revendique 65.000 adhérents ainsi que 5.000 clients sans engagement

et qui propose trois niveaux d'offres, met particulièrement en avant pour justifier son positionnement premium. Le réseau pousse plus loin l'exercice avec des conseils nutritionnels lorsqu'un programme de démarrage des activités sportives est établi. Quant au One Saint-Lazare, il sera doté d'un bar à jus en partenariat avec la marque Detox Delight. Une

approche globale dans l'air du temps : Weight Watchers accompagne désormais ses abonnés dans la reprise d'une activité physique et l'enseignement sportive L'Orange Bleue a lancé le concept Mon Coach Santé.

2 DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS CIBLÉES

Les studios dédiés à une activité constituent l'un des nouveaux axes de développement du fitness. CMG s'investit dans cette spécialisation, associée à une consommation à la carte et non par abonnement. « Ces studios nous permettent d'intéresser de nouvelles cibles », se félicite Benoît Mazerat. La nouvelle salle de Saint-Lazare en intégrera trois. Doté d'un mur en brique pour créer l'ambiance, le BoxingClub by Brahim Asloum, champion Olympique et champion du monde WBA, disposera d'un

vrai ring. Ce nouveau concept pourra être amené à se déployer. Il s'y ajoutera deux studios qui existent déjà au One Italie : l'un réservé au « crossfit », intensif, et l'autre aux cours de vélo collectifs en immersion grâce à un écran géant. De quoi répondre au développement des salles dédiées au « cycling ». Les clients de ces espaces disposeront de salles de bains individuelles.

Et si la marque ambitionne de passer de 23 à 30 clubs



entre 2017 et 2022, elle le fera pour partie en studios.

3 SE DIGITALISER

Le sport n'échappe pas à la digitalisation. CMG a noué un partenariat avec [Gymlib](#), place de marché référençant des salles de sport avec des propositions de courte durée pour faciliter les tests.

Le matériel se fait lui aussi plus connecté. Côté application, CMG Tracker sert notamment à planifier ses activités et à estimer ses dépenses caloriques. A l'avenir, elle a vocation à proposer des exercices à réaliser, fournir des conseils nutritionnels, voire à réserver des cours très demandés. ■



Le nouvel espace de la rue Boursault, avec sa grande piste en gazon synthétique et ses accessoires, propose des exercices élaborés par des coaches. *Photo Alban Wythers*