

Les salles de sport se remettent en forme pour séduire les investisseurs

Le fonds d'investissement Experienced Capital rachète les studios de cycling parisiens Dynamo.

Par [Mathilde Visseyrias](#), publié le 13/12/2019



La Montgolfière compte 1500 membres qui peuvent faire du sport avec des coaches et du coworking. *La Montgolfière*

Pédaler à toute allure, plongé dans l'obscurité au milieu d'une salle avec musique à fond et un coach pour donner la cadence. Bienvenue chez Dynamo, jeune enseigne de cycling comptant 5 studios à Paris et, désormais, un nouvel actionnaire: Experienced Capital. Actionnaire du Slip Français, des cosmétiques Oh My Cream! et des karaokés Bam, le fonds vient de prendre 43 % de la start-up aux côtés d'Eutopia et des dirigeants fondateurs. Il veut la développer en ouvrant 40 salles en Europe en 5 ans.

«Le modèle des salles de sport généralistes milieu de gamme coûtant environ 1000 euros par an est mort, assure Emmanuel Pradère, cofondateur d'Experienced Capital. Les gens font de plus en plus de sport en salle, mais ils veulent payer à la séance, pour la discipline de leur choix.» Après Dynamo, le fonds prépare de nouvelles acquisitions de petites chaînes de salles spécialisées (yoga, boxe, pilates...). «Nous voulons créer un groupe multimarques de boutiques gym», explique Emmanuel Pradère.



Dynamo, une jeune enseigne de cycling, compte 5 studios à Paris. Son nouvel actionnaire, Experienced Capital, veut ouvrir 40 salles en Europe en cinq ans. *dynamo indoor cycling*

Avec un positionnement premium, le modèle économique tire sa force des coaches et d'internet. Les «profs» sont des autoentrepreneurs qui animent leur communauté pour attirer les clients (blog, Instagram, Facebook...). Les cours sont payés à la séance (20 euros), en ligne uniquement.

Depuis l'arrivée des salles low cost, le fitness vit sa révolution. Avec leurs petits prix, Neeness, Fitness Park, Keep Cool et Basic Fit ont signé la fin d'une époque. Les salles généralistes milieu de gamme de CMG, qui monopolisaient le marché, n'ont plus la cote: leur modèle ne leur permet plus d'offrir le niveau de prestation attendu par les clients.

Le marché se développe donc entre deux extrêmes: l'entrée de gamme et le premium. Ce dernier segment se divise entre les généralistes (Klay, BB Blanche, L'Usine, La Montgolfière...) et les spécialistes.

Nouvelles attentes

Chacun, à sa façon, répond aux attentes nouvelles des clients. Hyperconnectés, les millennials sont aussi zappeurs. L'émergence des studios, inspirés des États-Unis, répond à cette attente. Ils sont en plein boom à Paris.

De leur côté, les salles généralistes se réinventent. Les low cost misent avant tout sur leur tarif pour attirer. Les autres se métamorphosent. Rachetée par les frères Benzaquen et Accor, CMG va céder la place à des enseignes haut de gamme. Des lieux où les abonnés pourront faire du sport, déjeuner et même travailler.

Il y a un an, La Montgolfière s'est lancée sur cette idée. Ce «social club» fondé par Basile Lombard-Latune, un ancien financier, et Ruben Bertrand, un coach, est installé dans une ex-fabrique de montgolfières à deux pas du canal Saint-Martin. Il compte 1500 membres (tarif annuel: 1550 euros) qui peuvent faire du sport avec des coaches, du coworking, se restaurer et siroter un cocktail.

Pour les gens qui font plusieurs fois du sport par semaine, l'abonnement est ce qu'il y a de moins cher

Basile Lombard-Latune, cofondateur de La Montgolfière

«L'abonnement, c'est un confort pour les clients, assure Basile Lombard-Latune. Pour les gens qui font plusieurs fois du sport par semaine, c'est ce qu'il y a de moins cher.» Après avoir levé 3 millions d'euros auprès de business angels, La Montgolfière cherche des investisseurs pour ouvrir 5 autres salles en 5 ans. *«Nous sommes approchés»*, constate Basile Lombard-Latune.

Le secteur est recherché. De plus en plus de fonds n'ayant jamais investi dans le sport se tournent vers ce secteur prometteur: la pratique sportive et ludique ne cesse de progresser. Actionnaire majoritaire de Genae (3 salles de fitness) et de L'Usine, 123 IM a lancé LinkSport Capital, un fonds dédié au sport dotés de 30 millions d'euros. *«La France rattrape son retard dans le sport, le fitness, mais aussi l'escalade et le trampoline»*, analyse Johann Devaux, gérant de LinkSport Capital. Le financier cherche à accompagner des franchises de salles généralistes entrée de gamme en province et à racheter aussi des «boutiques gym» à Paris. *«Ces acteurs sont très convoités»*, confie-t-il.