

#611



HEBDO | 25 NOVEMBRE-01 DÉCEMBRE 2019

#612

SPORT STRATÉGIES

LE SPÉCIALISTE DU MARKETING SPORTIF

SPORT ET LUXE

ENTRETIEN

Une ligne directrice ambitieuse pour Tecnifibre

**DOSSIER SPORT ET LUXE****LE PLUS BEL ÉCRIN POUR UNE
SALLE DE GYM : L'USINE**Patrick Joly et Patrick Rizzo,
fondateurs de L'Usine

A l'origine des Gymnase Club, Vitatop et Waou (revendus au Club Med en 2001, NDLR.), Patrick Joly et Patrick Rizzo affichent une belle expérience de plus de 25 ans dans l'univers des clubs de sport. Ayant pressenti, il y a 20 ans, la nécessité de monter en gamme les clubs de sport, ils décident ensemble de lancer l'un des premiers clubs premium de la capitale : Le Waou Porte d'Auteuil. La suite est connue. Ils quittent simultanément les Gymnase Club (devenus CMG en 2004, NDLR.), mettent leurs idées en pratique et créent en 2005 L'Usine, rue de la Michodière, près d'Opéra à Paris. L'histoire est en marche.

« L'arrivée des clubs low cost à bas prix et à très bas prix a largement fait "exploser" le secteur du fitness en France en absorbant une large partie du marché des salles classiques traditionnelles milieu de gamme », explique Patrick Rizzo qui a accepté de nous recevoir à L'Usine Saint-Lazare, dernière salle du groupe ouverte il y a quelques mois. Une transformation récente et brutale qui va inévitablement entraîner, dans les années à venir, une recomposition rectifiant cette « suroffre » low cost. Pour l'heure, Patrick Rizzo propose un produit haut de gamme particulièrement séduisant : « L'Usine, c'est une salle de gym premium où tout est pensé. Nous n'avons qu'une seule priorité à L'Usine : faire en sorte que le client se sente bien dans nos centres et y revienne. » La formule semble fonctionner puisque L'Usine affiche un taux de fidélisation impressionnant pour une salle de sport. « Là où le taux de renouvellement des abonnements est de l'ordre de 20 à 25% dans une salle de gym classique, nous sommes à 60, voire 65% de réinscription. »

**LE SECRET DU SUCCÈS ? UN LIEU
D'EXCEPTION OÙ LA NOTION DE
SERVICE PREND TOUT SON SENS**

Les ingrédients de L'Usine, qui se retrouvent dans tous les clubs, séduisent et s'imposent : un lieu d'exception, un décor industriel - composé de bois, de béton et d'acier. « Ajoutez à cela un très fort niveau d'exigence de confort et de propreté. Pas moins de 80 heures de ménage par semaine sont effectuées sur le site de Saint-Lazare. Des équipements sportifs « dernière génération », des matériaux nobles et raffinés, du coaching sur mesure, des profs diplômés, une offre de cours proposés d'une très grande diversité, des disciplines en exclusivité... Telle est la marque de fabrique de L'Usine. »

Côté sportif, L'Usine dédie ses clubs aux vraies valeurs du sport. « Challenge, performance, détente, défis individuels ou en groupe, dépassement de soi ou maîtrise de soi... »

L'essence du sport est déclinée au sein des différents clubs. Sans oublier l'accueil de sessions de team buildings pour de grandes entreprises ou sein de ses établissements. « BNP Paribas, des grandes marques de joaillerie ou encore des cabinets d'avocats se donnent régulièrement rendez-vous chez nous. »

Après Opéra, suivent les ouvertures de L'Usine Genève en 2008, L'Usine Beaubourg à Paris en 2009 et L'Usine Bruxelles en 2015.

**L'USINE SAINT-LAZARE :
LE DERNIER NÉ DES CLUBS HAUT
DE GAMME DE LA CAPITALE**

Début 2019, c'est le 5^e club L'Usine qui voit le jour en plein cœur de la gare Saint-Lazare, affirmant son statut de leader des clubs de sport haut de gamme en France. Un club unique, à l'architecture monumentale de 2000 m² dans le bâtiment principal de la gare, classé monument historique, dédié au sport, à la performance et au bien-être. « C'est en plein centre de Paris, dans un quartier qui est le véritable "hub" de la capitale, au carrefour des 9^e, 8^e et 2^e arrondissements et à deux pas des Grands Magasins, se félicite Patrick Rizzo. Nous cherchons toujours des endroits majestueux et atypiques, et cette gare en est un. » Pour occuper les lieux, L'Usine a investi près de 3,5 millions d'euros en aménagement. C'est donc le 3^e club à ouvrir à Paris dans un cadre exceptionnel. « Il est intégralement baigné de lumière naturelle, surplombe les cours de Rome



et du Havre, audessus du restaurant « L'Usine » d'Éric Fréchet et tout proche de l'Hôtel Hilton. « Les lumières sont douces et une ambiance sonore a été créée spécifiquement pour le lieu. » À L'Usine, chaque détail compte », précise le fondateur. Installée sur deux niveaux au sein d'un monument classé, L'Usine Saint-Lazare fait voyager ses adhérents dans un décor monumental ouvert sur la ville. Logé derrière de sublimes arcades du XIX^e siècle et des hauteurs sous plafond comprises entre 3,5 et 4,5 mètres, ce club unique au style industriel – mis en œuvre par Yankel Soussan de la société Constructingy, mis en scène par les fondateurs de L'Usine et le studio de design ARRO – marie à merveille le bois, l'acier et le béton ciré.

Le 1^{er} niveau est un plateau monumental d'inspiration Eiffel, incroyablement lumineux, qui ouvre sur un grand comptoir d'accueil et un lounge connecté dans un esprit « coworking ». Il est suivi par une série d'espaces ouverts dédiés à la musculation libre et guidée, au cross training et, enfin, à un incroyable alignement de tapis de course Woodway, la Rolls en la matière, avec des Fitbench en bout pour combiner cardio et exercices physiques. Le tout face aux immenses fenêtres arrondies de la façade classée monument historique. Le même espace accueille le premier pont Queenax de l'Hexagone, qui offre des dizaines de possibilités d'entraînements physiques et d'enchaînements pour des parcours cross training.

Le deuxième niveau, auquel on accède par un ascenseur intérieur ou des escaliers de type industriel, est consacré aux espaces de cours collectifs, au cardio et aux vestiaires. Un premier espace dédié au cardio (vélos, elliptiques...) permet d'améliorer l'endurance et la performance cardiaque. Vient ensuite la salle de cycling aux dimensions étonnantes avec 25 vélos sous des plafonds III^e Empire.

Enfin, « le Studio », une magnifique salle de 150 m² dédiée aux cours collectifs, dont ceux développés en exclusivité « made by L'Usine », propose plus de 75 heures de cours hebdomadaires.

C'est également dans « le Studio » que le yoga est mis à l'honneur avec à la carte 12 types de yoga à pratiquer dans une salle au décor typiquement haussmannien. Le Studio Yoga L'Usine sera également accessible aux non-adhérents.

Un soin tout particulier a été apporté aux vestiaires. « Les vestiaires doivent être spacieux chez nous. C'est véritablement la signature de L'Usine.



L'USINE, en chiffres

- 2005 = date de fondation de L'Usine
- 5 = nombre de clubs L'Usine dans le monde
- 2019 = année de l'ouverture de L'Usine Saint-Lazare
- 1,3 = nombre d'adhérents au m²
- 15% = charges affectées à l'entretien des clubs
- 8% = CA consacré chaque année à l'investissement (machines, équipements, réfections)
- 70 = nombre de cours collectifs hebdomadaires délivrés dans chaque club
- 27 000 = nombre d'heures de coaching one to one par an dispensées à L'Usine
- 16 = nombre de yogas différents proposés

Ils offrent confort et luxe avec des ambiances qui changent en fonction de la lumière naturelle et des heures de la journée. « Hammams, saunas et zones de repos complètent cet espace dédié au bien-être, à la détente et au relâchement.

UNE STRATÉGIE MARKETING BIEN HUILÉE

L'Usine a un objectif clair : offrir un programme sportif complet à la pointe de l'innovation technologique. « Au menu : musculation, cardio training, cross training, cours collectifs, yoga... Sans oublier, le coaching sur mesure. » Plus de 14 000 heures ont ainsi été dispensées en 2018. Pour faciliter la vie de sa clientèle CSP++, L'Usine a développé une application particulièrement soignée, dédiée au coaching. « Elle permet de prendre connaissance de l'ensemble de l'offre des clubs et de réserver des créneaux d'entraînements. Vous pouvez choisir votre entraîneur parmi une liste de plus de 40 coaches qualifiés, choisir votre séance, sélectionner le lieu (un abonnement, fixé à 1 800 euros l'année, donne accès à l'ensemble des clubs NDIRL), choisir l'horaire. » En cas d'empêchement, il est possible de changer l'horaire de sa séance. « Le service doit être optimisé, souligne Patrick Rizzo.

Des influenceurs, disposant d'une réelle communauté engagée, passionnés et pratiquants de sport, viennent de temps en temps dans nos clubs. « Un choix de communication jugé « indispensable » aujourd'hui, à condition « qu'il soit réalisé dans les règles de l'art ». « Les influenceurs sont triés sur le volet et particulièrement talentueux. L'image que nous véhiculons sur les réseaux sociaux doit être aussi premium et qualitative que nos clubs. »

