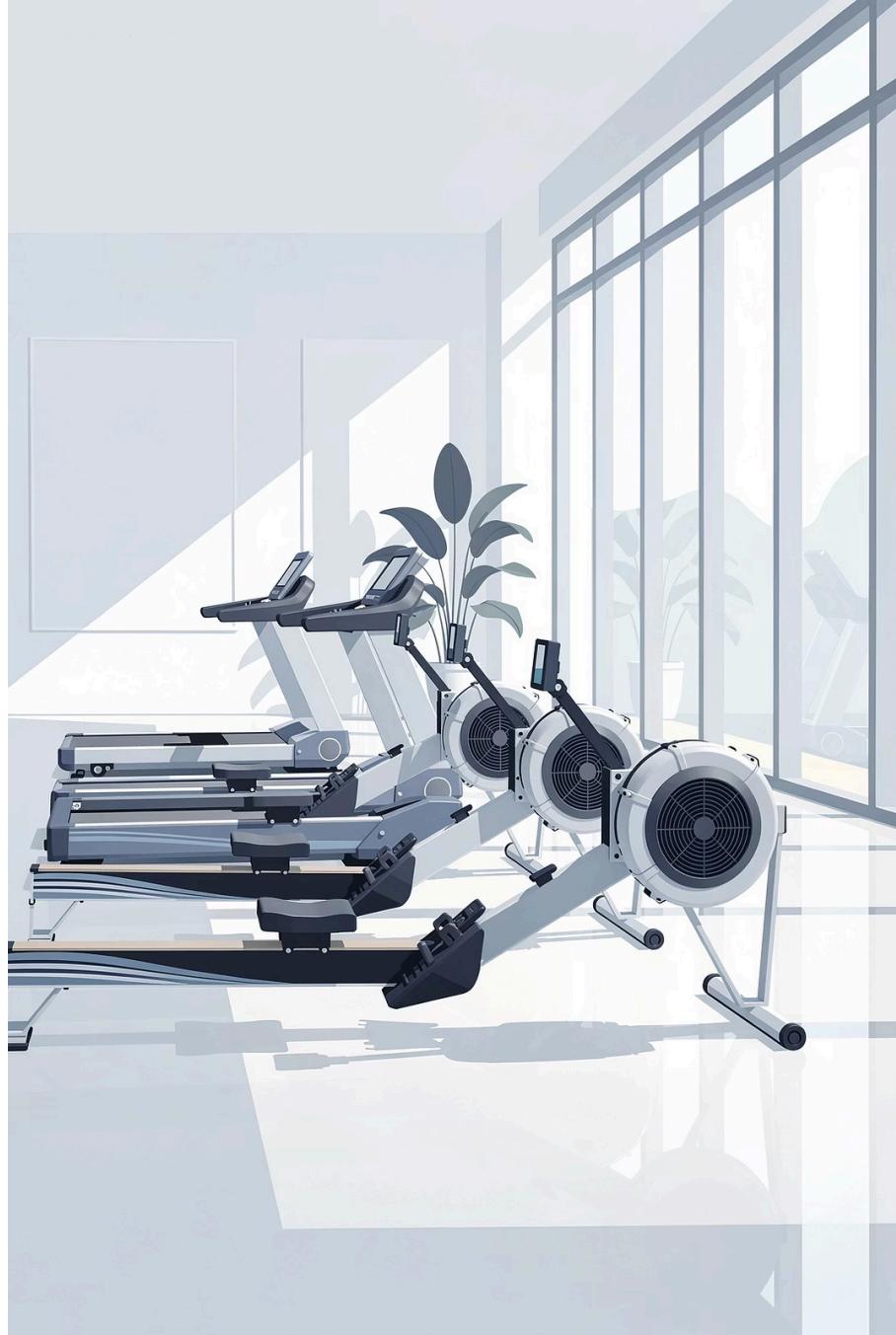


# Pilotage de la Performance d'une Salle de Sport

L'alliance stratégique de la rétention client et de l'efficience énergétique



# Un Modèle Économique à Équilibrer

## Structure des Coûts

Le secteur du fitness se caractérise par des coûts fixes élevés : loyers commerciaux, investissements en équipements de pointe, masse salariale qualifiée. Face à ces contraintes structurelles, les revenus récurrents des abonnements constituent le socle de la viabilité économique.

La concurrence y est particulièrement intense, avec une polarisation claire entre les modèles low-cost privilégiant le volume d'adhésions et les segments premium misant sur le service personnalisé et l'accompagnement individuel.

## Leviers de Rentabilité

La performance financière repose mécaniquement sur trois piliers fondamentaux : **maximiser le taux d'occupation** des installations, **minimiser le coût d'acquisition client** (CAC), et réduire drastiquement le **taux d'attrition** (Churn).

Dans ce contexte exigeant, la gestion optimisée des fluides – énergie et eau – devient un levier financier majeur, transformant la contrainte environnementale en véritable opportunité de marge opérationnelle.

# Maximiser l'Usage et la Satisfaction Client

La performance opérationnelle ne se limite pas au simple comptage des inscrits. Elle repose sur la **qualité de l'expérience membre** et la **disponibilité constante des actifs**. Une salle performante crée l'habitude de fréquentation régulière sans générer de saturation excessive aux heures de pointe.

1

## Taux d'Attrition Mensuel

L'**indicateur roi** du secteur. Il mesure le pourcentage de membres résiliant leur abonnement chaque mois. Une réduction même minime de ce taux génère un impact exponentiel sur la rentabilité à long terme et la stabilité du chiffre d'affaires récurrent.

2

## Taux de Fréquentation Active

Pourcentage des membres ayant visité la salle au moins 4 fois dans le mois. Un membre inactif est un **futur désabonné** quasi certain. Ce KPI permet de déclencher des actions préventives de relance ciblée et d'accompagnement personnalisé avant la résiliation.

3

## Disponibilité des Équipements (OEE)

Mesure le pourcentage de temps où les machines sont pleinement fonctionnelles. Une machine en panne dégrade immédiatement l'expérience client, crée des goulots d'étranglement aux heures de pointe et nourrit l'insatisfaction propice au désabonnement.

4

## Net Promoter Score (NPS)

Indicateur de satisfaction mesurant la propension des membres à recommander activement la salle. Il est directement corrélé à la rétention long terme et à l'acquisition organique, le canal le plus rentable pour développer la base de membres.

# Sécuriser le Cash-Flow et Optimiser la Marge

La performance financière doit garantir que le coût d'acquisition d'un client est largement couvert par les revenus générés durant sa vie d'abonné, tout en maintenant les coûts d'exploitation (OPEX) sous contrôle strict.

## Ratio LTV/CAC

Rapport entre la Valeur Vie Client (revenu moyen  $\times$  durée de rétention) et le Coût d'Acquisition. Un ratio **supérieur à 3:1** est généralement visé pour assurer une croissance saine et pérenne.

## ARPU

Revenu moyen par utilisateur, incluant l'abonnement de base et les ventes additionnelles (coaching privé, nutrition, merchandising). L'augmentation de l'ARPU est un levier de croissance **moins coûteux** que l'acquisition.

## Marge EBITDA par m<sup>2</sup>

Mesure la rentabilité de chaque mètre carré exploité. Force l'optimisation de l'agencement pour maximiser le revenu généré par la surface commerciale louée.

## Poids des Charges Fixes

Suivi du ratio charges locatives et énergétiques sur le CA. Ces postes représentent les coûts fixes les plus lourds. Leur maîtrise est **impérative** pour préserver la marge nette.



## Stratégie de Croissance Rentable

L'optimisation financière passe par un équilibre délicat entre investissement commercial et maîtrise des coûts. Chaque euro investi dans l'acquisition doit générer un retour mesurable et prévisible. La diversification des revenus au-delà de l'abonnement de base devient cruciale pour améliorer la résilience du modèle économique face aux fluctuations saisonnières.

# L'Efficiency au Service de l'Économie

Dans une salle de sport, l'empreinte environnementale est principalement **énergétique et hydrique** : climatisation, ventilation intensive, éclairage permanent, alimentation des machines cardio-training, douches. L'optimisation environnementale est ici directement liée à la réduction des charges d'exploitation.



## Intensité Énergétique

Mesure en kWh par visite ou par m<sup>2</sup>. L'objectif stratégique est de **décorréler** la hausse de la fréquentation de la hausse de consommation énergétique grâce à des systèmes de gestion technique du bâtiment (GTB) intelligents et des équipements dernière génération.



## Consommation d'Eau

Suivi du volume d'eau utilisé par passage aux vestiaires. L'installation de réducteurs de débit et de mitigeurs temporisés permet d'agir directement sur ce ratio sans altérer le confort utilisateur ni l'hygiène perçue.



## Dématérialisation

Taux de contrats et factures gérés numériquement. Au-delà de l'aspect écologique, cela réduit significativement les coûts administratifs, limite les erreurs de saisie et améliore la traçabilité documentaire.

## Le Cercle Vertueux de la Performance Intégrée

L'interdépendance entre les trois piliers crée une dynamique vertueuse et auto-renforçante pour l'entreprise :



### Opérationnel → Environnemental

Une maintenance préventive rigoureuse prolonge la durée de vie des équipements et maintient leur efficience énergétique optimale, évitant la surconsommation liée à l'usure progressive.

### Environnemental → Financier

La réduction de l'intensité énergétique et hydrique diminue drastiquement les charges variables. Cette économie améliore directement l'EBITDA et dégage des liquidités pour le réinvestissement stratégique.

### Financier → Opérationnel

Le cash-flow dégagé permet de réinvestir dans le renouvellement du parc machines et la formation continue du personnel. Cela améliore l'expérience client, augmentant la rétention et la valeur vie.