

Fitness

Rapport annuel

2026



Qu'est-ce qui a
marqué le secteur
du fitness en 2025 ?

Retour sur une année
riche en évolutions et
en enseignements

APERÇU

01 Mot d'introduction de Hanno, CEO d'Eversports



Octobre est le mois le plus intense, p.8

02 Le secteur du fitness en quelques chiffres

03 Zoom sur la communauté fitness

04 Repenser la fidélisation des membres



Les femmes réservent davantage, les hommes dépensent plus, p.17



Une hausse des cartes de cours et des séances à l'unité, p.10



Stratégies de fidélisation des membres, p.38



Commencer un jour... revenir tous les autres

En 2026, une notion clé fera la différence pour les adeptes du fitness

Rassembler toujours plus de passionné·es autour du fitness et du bien-être, c'est ce qui nous anime chaque jour. C'est dans cet esprit que nous avons conçu Eversports Manager : **pour vous permettre de consacrer moins de temps à la gestion et plus d'énergie à partager votre passion du fitness.** Le reste, c'est nous !

Le fitness ne se limite pas à l'entraînement : il crée du lien et fait naître une communauté. Un espace où chacun·e se sent à sa place, encouragé·e et soutenu·e. **Un lieu qui devient plus qu'un club : un véritable point d'ancrage.**

Si la diversité dans le fitness était au cœur de notre édition précédente, en 2026 nous avons choisi d'explorer une question essentielle : **qu'est-ce qui fait d'un club le lieu préféré des pratiquant·es, et comment cultiver cette envie d'y revenir au fil du temps ?**

Pour y répondre, nous avons mené notre enquête annuelle en collaboration avec des centaines de propriétaires de salles de sport, de client·es curieux·ses et de membres fidèles. Retour ensemble sur cette belle année .

Les résultats sont riches d'enseignements, parfois surprenants, souvent révélateurs. Ils ne parlent pas seulement de chiffres ou de tendances, mais de **ce qui crée un lien sincère et durable entre un club de fitness et celles-ces qui le font vivre.**

Au travers de ces pages, nous vous invitons à écouter avec attention et à comprendre ce qui tient vraiment à cœur à vos membres. **Faites de votre salle un espace où vos élèves se sentent comme chez eux.**

Dans cet esprit, je vous souhaite une bonne lecture. Peut-être y trouverez-vous de nouvelles idées, reconnaîtrez-vous des schémas familiers ou découvrirez-vous des possibilités concrètes pour faire évoluer votre club.

Et n'oubliez pas : **chaque résiliation d'abonnement est aussi une opportunité d'améliorer quelque chose.**

Ensemble, faisons de 2026 une année où plus de personnes franchissent la porte de votre club et y trouvent une raison d'y rester. **Un lieu où l'on vient par curiosité, et où l'on choisit de revenir, encore et encore !**

Hanno Lippitsch
CEO d'Eversports



02

Le secteur du fitness en quelques chiffres

En 2025, les abonnements vendus par studio ont connu une forte croissance, avec une hausse moyenne de 36,4 % (contre 4,1 % en 2024).

2025 en chiffres

Et la croissance se poursuit !

+ 29,3 %
de réservations

+ 39 %
de revenus

+ 4,1 %
de visiteurs

par rapport à 2024

Le secteur du fitness en France a gagné en dynamisme en 2025 : le nombre moyen de réservations par studio a augmenté de **29,3 %**, soit une progression nettement supérieure à celle de l'année précédente (11,8 %). **Une évolution très encourageante qui confirme l'attrait croissant pour le fitness !**

Quels sont les mois les plus performants en 2025 ? On voit cela ensemble tout de suite !

L'année en revue

Quels mois ont enregistré le plus de réservations de cours de fitness ?



Turquoise = mois avec le plus grand nombre de réservations ; sur la base de tous les clubs de fitness affiliés à Eversports.
Orange = mois avec un nombre moyen de réservations ; sur la base de tous les clubs de fitness affiliés à Eversports.
Rouge = mois avec le moins de réservations ; sur la base de tous les clubs de fitness affiliés à Eversports.

Les chiffres présentés correspondent au nombre moyen de réservations mensuelles par studio en France en 2025, via Eversports. Seuls les clubs actifs de façon continue sur les deux dernières années ont été pris en compte.

Octobre s'impose comme le mois le plus fort de l'année 2025, juste devant septembre et novembre. À l'inverse, juin enregistre les résultats les plus faibles, avec **25,8 %** de réservations en moins par salle par rapport à octobre.

Une tendance saisonnière se dessine nettement : **plus les températures baissent, plus les réservations augmentent**. Deux exceptions cependant : décembre, marqué par les fêtes, et février, où l'élan du début d'année semble déjà ralentir.

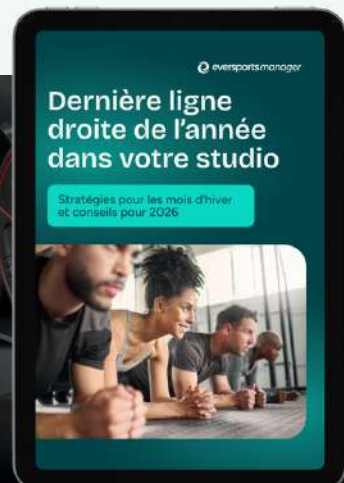
conseils

En fin d'année, c'est le moment idéal pour faire preuve de créativité.

Pourquoi ne pas, par exemple :

- **proposer un cours spécial de Noël** : organisez une séance sur des musiques de fête, suivie d'un moment convivial pour échanger.

- **lancer une action de fidélité ou offrir de petites attentions à vos membres les plus fidèles** : une carte écrite à la main ou une réduction sur leur prochain abonnement... autant de gestes qui marquent et montrent que vous prenez soin de votre communauté !



Pour encore plus d'inspiration pour la saison hivernale et la fin d'année, téléchargez gratuitement notre guide « **Dernière ligne droite de l'année dans votre studio** » ici.

L'été, le soleil, le beau temps ?

Profitez pleinement des mois d'été !

Si vous avez lu notre dernier rapport et que vous gérez votre propre club, vous l'avez sûrement déjà remarqué : l'été est une période un peu particulière pour les clubs.

Pendant les vacances, beaucoup de membres ont envie de plus de flexibilité. Entre les voyages, les plans de dernière minute et l'envie de profiter du beau temps, les abonnements trop rigides deviennent vite moins adaptés !

Pour maintenir leur pratique en été, il est essentiel de leur simplifier les choses.

Pourquoi ne pas proposer des formules plus souples, adaptées à cette période ?

Voici quelques idées :

Pourquoi ne pas proposer des abonnements d'été, qui commencent pendant la saison estivale et évoluent automatiquement vers une formule classique en septembre ?

Un moyen simple de lever les freins à l'inscription... et de transformer un premier essai en engagement durable.

Des abonnements flexibles, avec la possibilité de mettre en pause pendant une certaine période.

Des offres en heures creuses et des **abonnements à prix réduit** pour les créneaux moins fréquentés.

conseils

L'été est une belle opportunité pour anticiper une rentrée réussie ! Pour bien démarrer la saison la plus dynamique de l'année, découvrez notre guide « **Septembre : le moment clé de l'année à ne pas rater pour votre studio** ».



Abonnements, carnets de cours et séances à l'unité

Ce qui change en 2025

Abonnements

En 2025, le nombre moyen d'abonnements vendus par salle de sport en France a augmenté de **36,4 %** (contre 4,1 % en 2024). À titre de comparaison, dans la région DACH, le nombre moyen d'abonnements vendus a certes également augmenté, mais dans une fourchette à un chiffre, avec une croissance de 5 % !

+ 36%
Abonnements

Cours à l'unité

En 2025, le nombre moyen de séances à l'unité vendues par studio a augmenté de **7,3 %** par rapport à l'année précédente. Outre les abonnements, les séances à l'unité restent donc tout aussi populaires, **car elles constituent une option plus flexible.**

+ 7%
cours à l'unité

Carnets de cours

En 2025, les ventes de carnets de cours par studio ont augmenté en moyenne de **67,5 %**, soit plus de trois fois plus que l'année précédente (18 %) ! Parallèlement, on observe une nette tendance vers des carnets de cours plus accessibles, avec moins de séances incluses. Le prix moyen par carnet de cours vendu a ainsi baissé de 18 €. **Là encore, une chose est claire : la flexibilité gagne en importance.**

+ 68%
carnets de cours

Pass à durée limitée

On observe également une forte baisse des pass à durée limitée : en moyenne, **37,9 %** de moins ont été vendus par studio. Parallèlement, une tendance intéressante se dessine : **lorsque des pass sont achetés, il s'agit principalement d'offres plus premium, avec une durée de validité plus longue.**

Cela a entraîné une hausse du prix moyen par produit vendu, d'environ 124 €.

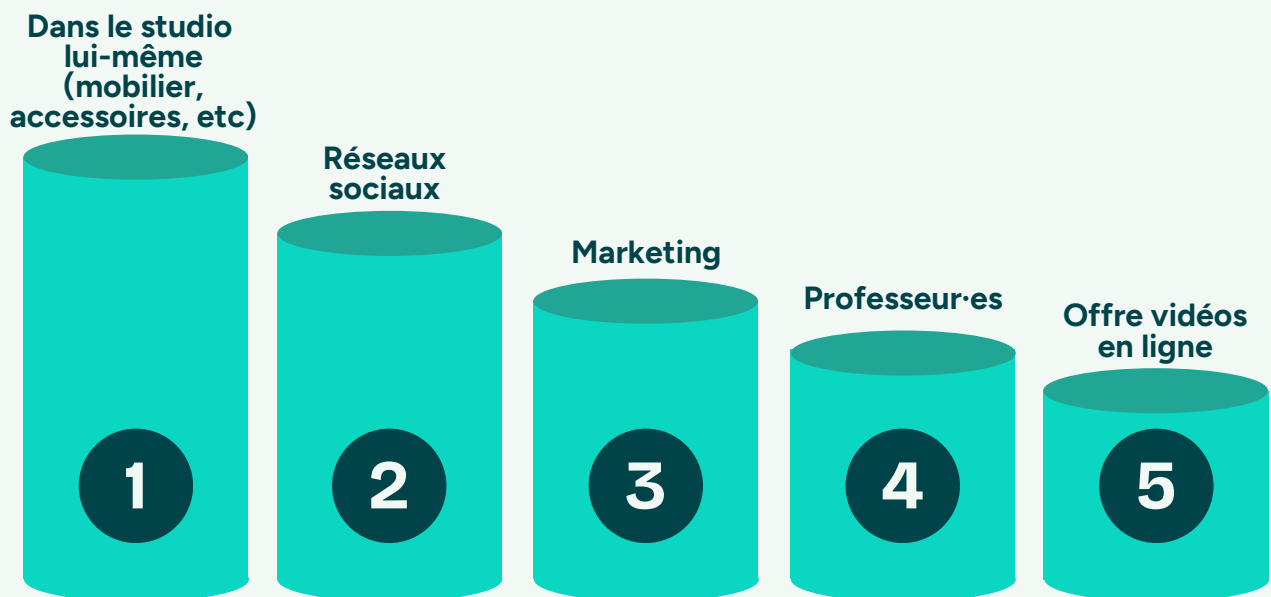
-38%
Pass à durée limitée

Investir, oui...

mais avant tout dans son club !

Dans notre enquête, **28,3 %** des propriétaires de clubs de fitness indiquent vouloir investir davantage dans leur salle en 2026. Il est intéressant de noter que ce chiffre s'élevait à **42 %** l'année dernière, ce qui montre une nette baisse de la prise de risque en matière d'investissement ! **22,6 %** prévoient même de réduire leurs dépenses, tandis que **49,1 %** souhaitent investir autant que l'année précédente.

Pour les propriétaires de studio, c'est avant tout dans ces cinq domaines qu'ils souhaitent investir du temps et de l'argent :



Conseils

Nous avons interrogé la communauté fitness pour savoir sur quels canaux elle suit les actualités et s'inspire en ligne. **YouTube et Instagram arrivent clairement en tête.** Si vous investissez du temps et du budget dans vos réseaux sociaux, il peut donc être pertinent de vous concentrer sur ces deux plateformes. Et vous, comment voyez-vous les choses ? Sur quoi souhaitez-vous investir en 2026 ?

Tendances Marketing 2026

Connecter le digital et le réel

Pour rendre votre club visible et assurer son succès sur le long terme, le marketing joue un rôle clé. Une stratégie solide vous permet de garder une longueur d'avance sur la concurrence. **Et quoi de plus efficace qu'une recommandation personnelle ?**

Encouragez vos membres à inviter leurs proches et à partager leur passion pour le fitness à travers la **fonctionnalité Amis Eversports**. Rien ne remplace le bouche-à-oreille pour faire venir de nouveaux adeptes ! On vous en dit plus à ce sujet aux pages 21 et 22.

Parmi les différentes initiatives, les activités marketing suivantes sont particulièrement appréciées :



Conseils

Les réseaux sociaux évoluent à grande vitesse. Envie de rester à la page ? Cliquez sur l'image pour télécharger gratuitement notre guide et booster votre stratégie sur les réseaux sociaux !



Les enjeux pour 2026

Inflation et manque de professeur·es

Commençons par les points positifs : **86,8 %** des propriétaires de salles de sport interrogés se montrent optimistes pour l'année 2026. Comparé aux autres secteurs interrogés (Yoga et Pilates), **le fitness s'en sort donc le mieux !**

Il n'en reste pas moins que certains enjeux rendront l'année à venir difficile. Les principales préoccupations en 2025 étaient très similaires à celles de 2024, voire se sont accentuées. Ainsi, **54,7 %** des propriétaires de salles interrogés ont indiqué que **l'inflation et la hausse des coûts constituaient leurs principales préoccupations** (contre 48 % l'année dernière). Vient ensuite, pour **34 %** d'entre eux, la crainte de ne pas trouver suffisamment de bons entraîneur·ses pour leur studio (contre 22 % en 2024). **La concurrence accrue et la croissance de plateformes telles que ClassPass, EGYM/Wellpass ou Urban Sports Club** sont également considérées comme des défis dans une proportion similaire (environ **30 %**).*

À savoir

La communauté fitness est claire : en 2026, **le sport reste une priorité**. Plutôt que de réduire leur pratique, les personnes interrogées choisissent de faire des économies ailleurs, comme les restaurants, le shopping ou les voyages. Plus de détails en page 16.

* (plusieurs réponses étaient possibles)





03

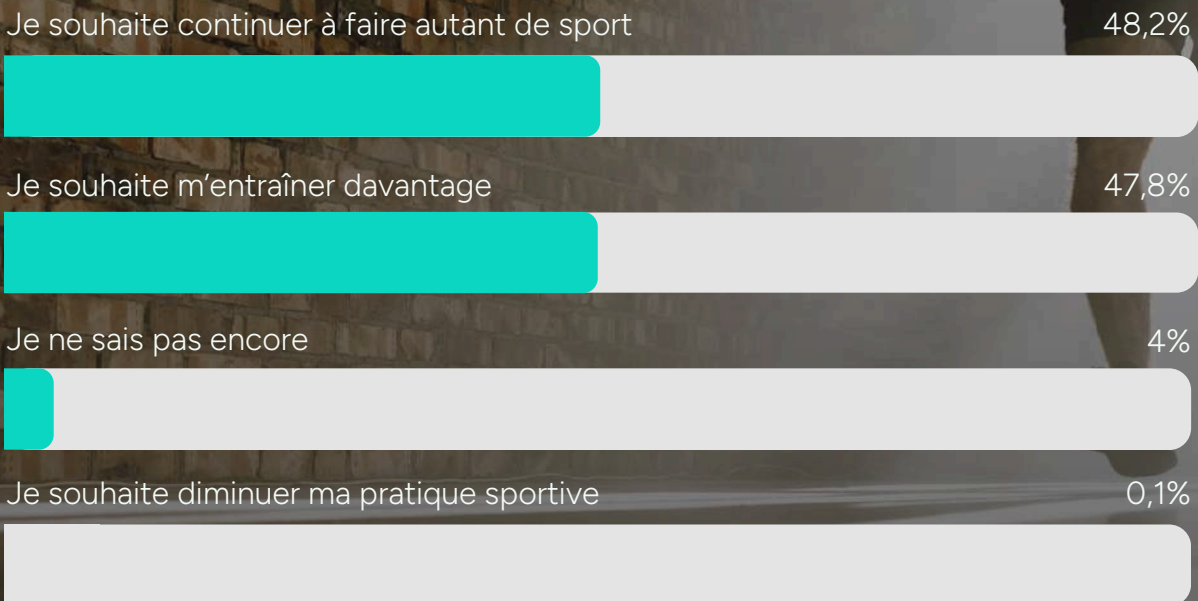
Zoom sur la communauté fitness

En 2025, la majorité des cours de fitness ont été réservés par des femmes. Pourtant, du côté des revenus, la tendance s'inverse : ce sont les hommes qui arrivent en tête !

Nouvelles résolutions

En 2026, le fitness s'imposera toujours comme une pratique du quotidien

Les coûts augmentent, mais la motivation reste intacte ! En 2026, les pratiquant·es continueront à fréquenter les salles et clubs autant, voire plus qu'avant.



À savoir

Bonne nouvelle, les passionné·es de fitness sont prêt·es à investir dans leur pratique ! Dans notre enquête, **73,5 %** des participant·es indiquent vouloir dépenser autant en fitness en 2026. **14,1 %** prévoient d'augmenter leur budget, tandis que **12,5 %** souhaitent le réduire.

Prendre soin de soi n'a pas de prix !

Pour le sport, on ne fait pas de compromis

Dans quels domaines faites-vous des économies à cause de l'inflation ?



* (plusieurs réponses étaient possibles)

Les femmes réservent davantage

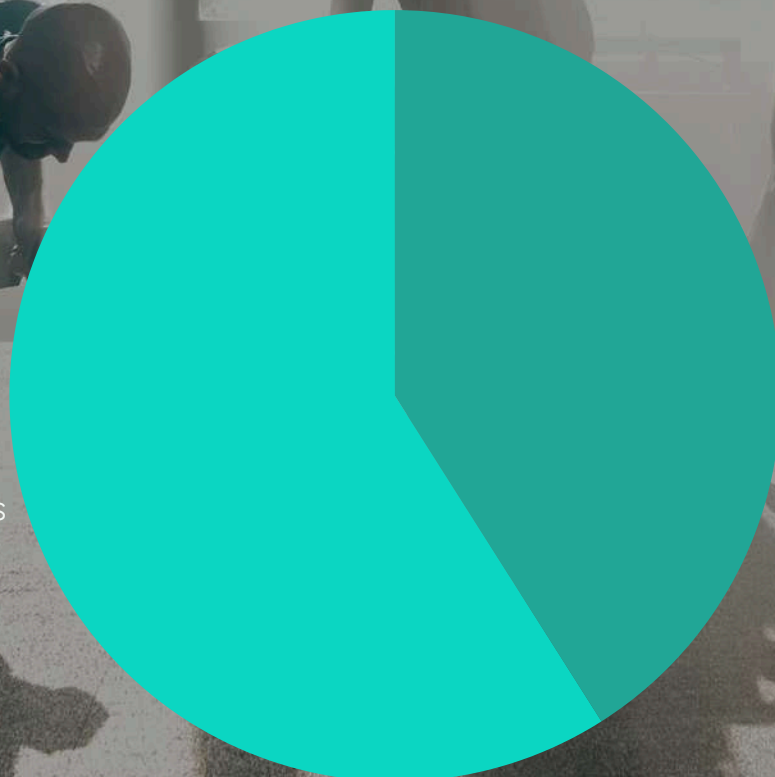
Mais ce sont les hommes qui dépensent le plus !

En 2025, **59 %** des cours de fitness ont été réservés par des femmes, **avec une forte présence des 45 à 65 ans**. Résultat : elles génèrent à elles seules près de **24 %** des revenus des studios sur Eversports !

Mais côté dépenses, la tendance s'inverse. **Ce sont les hommes de 18 à 35 ans qui arrivent en tête**, avec un panier moyen de **18,9 €** par réservation. **Preuve d'un engagement solide dans la pratique !**

Femmes
59%

Hommes
41%

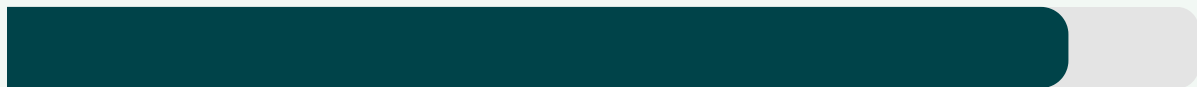


Pourquoi se met-on (vraiment) au fitness ?

Quand la motivation devient une habitude

Pas moins de 80,7 % des participants à notre enquête ont commencé à faire du sport pour améliorer leur condition physique et/ou gagner en souplesse. Et c'est précisément cet objectif qui reste, pour beaucoup, la principale motivation pour continuer à s'entraîner à long terme :

Pour améliorer ses capacités physiques (force, souplesse...) 89,6%



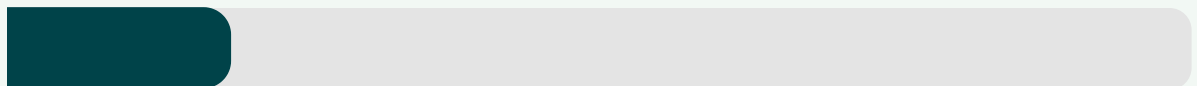
Parce que ça fait du bien 57,4%



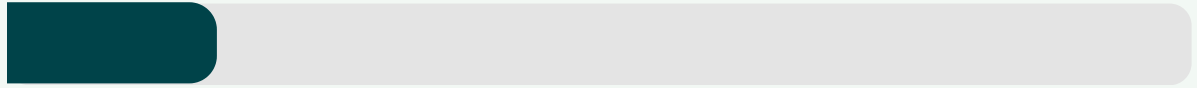
Pour évacuer le stress 46,6%



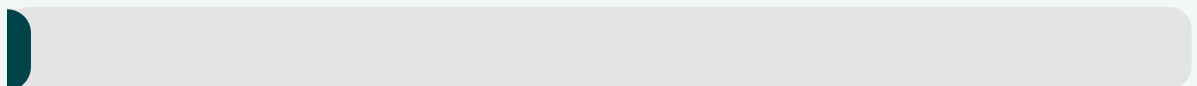
Parce que je souhaite faire partie d'une communauté 18,9%



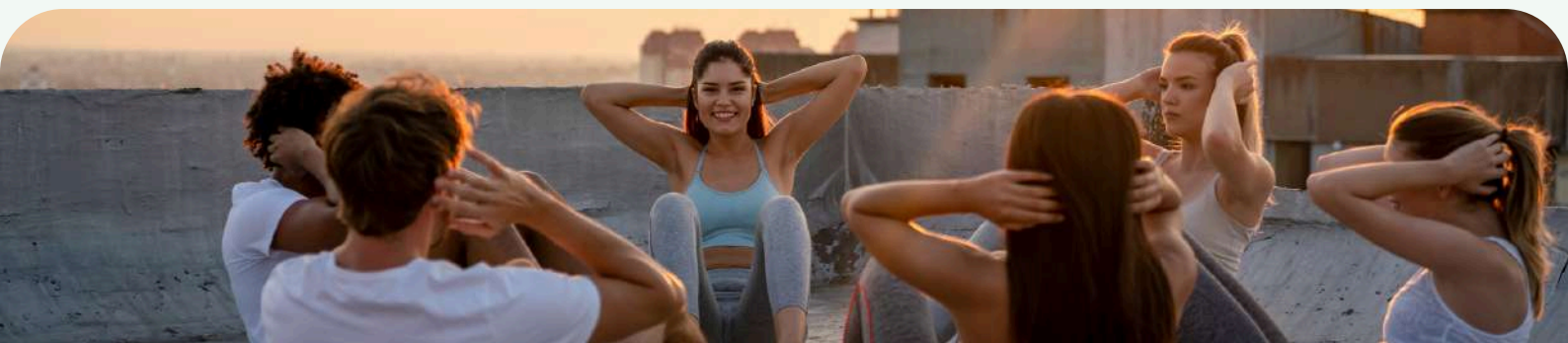
Pour gagner en concentration et en clarté d'esprit 17,7%



Autres 2%



* (plusieurs réponses étaient possibles)





La motivation
fluctue, mais la
routine reste !

Le pouvoir de l'habitude

Pourquoi une routine bien installée n'est pas une contrainte, mais un véritable soutien au quotidien

Le fitness fait aujourd'hui partie intégrante du quotidien de nombreuses personnes. Selon notre enquête, **47,4 %** pratiquent une à deux fois par semaine, **30,5 %** s'entraînent trois à quatre fois, et **4,4 %** font du sport tous les jours.

C'est justement dans les périodes plus incertaines que les routines révèlent toute leur force. Elles apportent de la stabilité, donnent des repères et procurent un sentiment de contrôle lorsque tout semble plus flou autour de nous.

Contrairement à ce que l'on pense, la régularité n'est pas synonyme de monotonie. Elle simplifie le quotidien en évitant d'avoir à décider à chaque fois. Ne plus se poser la question du "quand" ou du "si" permet de libérer de l'espace mental. Avec le temps, ces habitudes façonnent aussi notre identité : **bouger régulièrement ne fait plus seulement partie de l'agenda, mais devient un véritable mode de vie !**

Les abonnements jouent un rôle central dans la structuration de votre activité. En installant des habitudes durables chez vos membres, ils favorisent la rétention, stabilisent votre fréquentation et sécurisent vos revenus sur le long terme.



À plusieurs, on commence... et on continue

Outre les aspects physiques et la réduction du stress, passer du temps avec des amis est l'une des raisons les plus courantes pour lesquelles les gens se mettent au sport. C'est toujours plus encourageant de franchir le cap avec quelqu'un en qui l'on a confiance !



Fonctionnalité Amis Eversports

Grâce à la fonctionnalité Amis, vos membres peuvent se connecter entre eux, voir quand leurs ami·es pratiquent et envoyer directement des invitations à vos cours. Des liens plus forts, une expérience du fitness encore plus agréable !

Notre fonctionnalité « Amis » révèle également une info intéressante sur le comportement de réservation !

Les utilisateur·rices sans connexion dans l'application réservent en moyenne **3,9** cours par mois, contre **5,2** pour celles·ceux ayant au moins un·e ami·e.

Le constat est clair : la communauté renforce directement l'engagement. En encourageant votre communauté à se connecter, à venir accompagné·e et à découvrir de nouvelles activités ensemble, vous augmentez naturellement la fréquence de réservation !



Commencer ensemble.
Persévérer.
Créer des liens.

Seul·e, on progresse. À deux, on va plus loin : Bring a Friend !

Vous connaissez probablement le principe, mais l'avez-vous déjà mis en pratique dans votre studio ?

Les recommandations d'ami·es sont bien plus efficaces que la publicité classique, car elles reposent sur la confiance. **Les nouveaux élèves qui commencent ensemble sont plus susceptibles de s'abonner, vous permettant de la même manière de réduire vos dépenses publicitaires !**

Et cela se reflète également chez les studios que nous avons interrogés : ils indiquent que le marketing de recommandation est leur méthode marketing la plus efficace, après les réseaux sociaux et les affiches ou prospectus (Pour en savoir plus, tout se passe page 12).



À vous de jouer !



Quelles sont vos idées pour encourager vos membres à venir accompagné·es dans votre studio ?

044

Repenser la fidélisation des membres

61,5 % des participant·es à notre enquête déclarent être plus fidèles à un studio physique, tandis que 34,5 % développent avant tout un lien avec leur professeur·e et seraient prêt·es à le·la suivre en cas de changement de studio.



Comprendre qui vient... et qui reste

Ce qu'en dit la communauté

Dans ce chapitre, nous passons au cœur de notre enquête. Nous avons interrogé des gérant·es de salles, comme vous, pour comprendre les défis du quotidien, les raisons pour lesquelles certain·es membres partent... et surtout, ce qui les incite à rester.

En parallèle, nous avons donné la parole aux passionné·es de fitness sur Eversports. Leurs retours mettent en lumière ce qui les motive vraiment, et ce qui peut parfois freiner leur engagement !

Ce qui motive les passionné·es de fitness à franchir le pas de l'abonnement :

Période d'essai gratuite

Une salle à proximité et un abonnement illimité donnant accès aux cours et aux vidéos à la demande

Être appelé·e par son prénom dès l'essai et bénéficier d'un bon accompagnement dès le départ

Un cours d'essai qui fait la différence

Un abonnement annuel avec 20 % de réduction en cas de paiement en une fois

Un accompagnement personnalisé, des groupes à taille humaine et des professeur·es attentif·ves à l'exécution des mouvements

Pourquoi les adeptes de fitness résilient leur abonnement ?

Un coût trop élevé et un changement de lieu de vie

Maladie longue, sans possibilité de suspension ni de remboursement, perçue comme injuste

J'aime changer de salle et tester différents clubs

Des explications insuffisantes et un manque d'encadrement

Trop loin de chez moi

Pas de sentiment de communauté

Peu de considération dans l'accueil

Départ du professeur-e

Les raisons sont multiples, dans un sens comme dans l'autre. Sans surprise, **il est impossible de répondre aux attentes de chacun·e ! Les résiliations font partie du quotidien des gérant·es de salles.** Ces retours restent pourtant essentiels. Notre enquête révèle notamment que le manque d'avis fait partie des principaux défis en matière de fidélisation.

Quels autres défis les gérant·es rencontrent-ils·elles au quotidien ?

Beaucoup de réservations à l'unité

Je n'ai pas le temps de développer une communauté

Un manque d'outils et de processus adaptés

Un effort important pour communiquer avec chaque individu

Une grande partie de mes client·es viennent via des agrégateurs

Alors comment transformer ces défis en opportunités ? Dans les pages suivantes, nous vous partageons des idées concrètes pour accompagner le développement de votre salle .

Un regard extérieur...

pour transformer de l'intérieur !

Chaque retour est une opportunité de progresser. Ce n'est pas toujours facile, mais les critiques et les feedbacks négatifs sont précieux : **ce sont eux qui vous permettent d'améliorer vos offres !** Il existe plusieurs façons de recueillir des retours pour votre salle.

Vous pouvez par exemple proposer une courte enquête directement sur place afin d'évaluer la satisfaction liée à votre offre de cours ou à leur qualité, par exemple via une boîte à suggestions pour des retours anonymes. Vous pouvez également impliquer votre communauté de manière digitale, notamment à travers une newsletter incluant un court questionnaire en ligne. Des outils comme Google Forms ou Typeform s'y prêtent particulièrement bien.

3 questions suffisent pour mieux comprendre vos membres :

- Qu'avez-vous particulièrement apprécié aujourd'hui ?
- De quoi auriez-vous besoin pour vous sentir encore mieux ?
- Y a-t-il quelque chose qui vous a surpris, positivement ou négativement ?



conseils

Un petit coup de pouce pour motiver la participation ?
Proposez de faire gagner une carte cadeau à l'un·e des participant·es tiré·e au sort !

Automatisez la communication, et vous gagnerez du temps au quotidien !

Selon notre enquête, **le principal défi après le manque de retours reste le temps important consacré à la communication individuelle.** Pourtant, seuls **11,3 %** des gérant-es interrogé-es utilisent des rappels automatisés et des messages de suivi comme levier de fidélisation. Lorsqu'on leur demande ce qui freine l'envoi de messages automatisés, la majorité évoque la crainte d'une communication trop impersonnelle.

Cette inquiétude est compréhensible. La fidélisation repose avant tout sur la proximité et la confiance. Mais automatisation et relation humaine ne sont pas incompatibles. **Au contraire, elles peuvent se compléter efficacement !**

C'est précisément là qu'intervient la fonctionnalité de communication d'Eversports Manager. **Elle vous permet de combiner personnalisation et automatisation, en segmentant vos membres selon différents critères et en adaptant vos messages à chaque cible.**

Par exemple, pourquoi ne pas envoyer un message de suivi personnalisé aux personnes qui viennent de participer à leur première séance d'essai ?

À noter

L'extension de communication fait partie des options payantes d'Eversports Manager. Notre service client vous accompagne à chaque étape : de l'identification des fonctionnalités adaptées à votre salle jusqu'à leur mise en place, pour **vous permettre d'utiliser les automatisations facilement et sans stress !**

Créer un e-mail personnalisé

À partir de mai, entraînement en plein air tous les lundis !

Inscrivez-vous dès maintenant aux nouvelles séances en plein air et profitez d'une séance d'entraînement à l'air libre.

eversports

Conseils

Si vous manquez de temps pour animer votre communauté, vous n'êtes pas seul·e. Mais bonne nouvelle : il existe des solutions simples. Dans notre guide « **Gagnez en productivité dans votre studio** », vous trouverez des idées concrètes, des outils et des méthodes pour mieux organiser votre temps au quotidien.

Par exemple, pourquoi ne pas bloquer un créneau régulier dans votre agenda dédié à la communication avec votre équipe et vos membres ? **En le traitant comme un vrai rendez-vous, vous créez une routine qui vous aide à rester régulier·e sans y passer toute votre énergie.**

Définir des horaires de disponibilité peut aussi faire une vraie différence. Plutôt que d'être joignable en continu, vous pouvez poser un cadre simple, comme répondre aux e-mails du lundi au vendredi entre 10 h et 14 h. Cela apporte plus de clarté, pour vous comme pour vos membres.

Et si vous avez envie d'aller plus loin, vous trouverez encore plus d'astuces et d'outils pratiques dans le guide

eversportsmanager

Gagnez en productivité dans votre studio

Conseils & astuces pour mieux gérer votre temps



L'importance des séances à l'unité

Un défi qui persiste

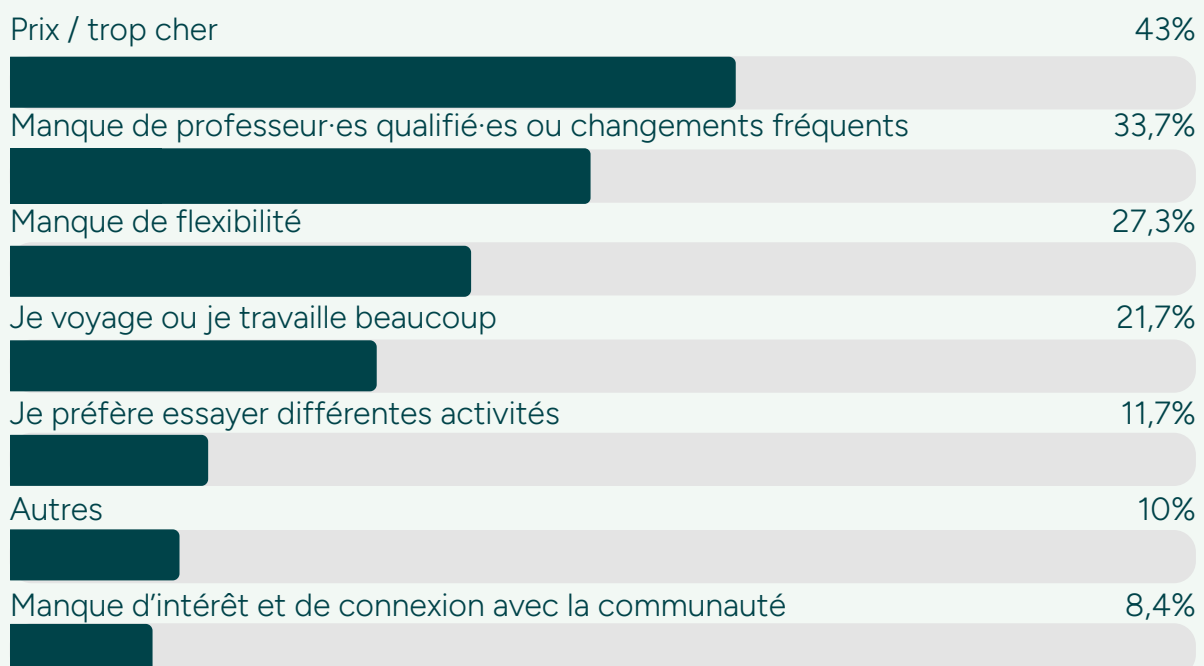
Les séances à l'unité continuent de gagner du terrain. En France, les salles partenaires Eversports sont passées de **395 ventes en moyenne en 2024 à 424 en 2025, soit une hausse d'environ 7 % !**

Un constat clair : la flexibilité séduit, mais elle a aussi ses limites. Combinée à la montée des carnets de cours à quelques séances, **elle complique la construction de revenus prévisibles et de relations durables.**

Cela signifie plus de liberté pour les pratiquant·es, mais moins de stabilité pour les salles ! Alors, qu'est-ce qui freine réellement l'engagement sur le long terme ?

PERSPECTIVE DE LA COMMUNAUTÉ FITNESS

Qu'est-ce qui vous empêche de rester fidèle à une salle sur le long terme ?



* (plusieurs réponses étaient possibles)

Quand l'entraînement doit s'adapter au quotidien

Ce que signifie réellement la flexibilité

Du point de vue des membres, un constat se dégage : pour **27,3 %** des répondant·es, **le manque de flexibilité est un frein majeur à un engagement sur le long terme**. L'attractivité d'un abonnement dépend en grande partie de sa capacité à s'adapter au quotidien. **Les membres attendent une pratique qui reste compatible avec leur rythme de vie, même lorsque des imprévus surviennent.**

À la question de savoir ce que les salles pourraient améliorer en matière de flexibilité pour convaincre davantage de personnes de s'engager, la communauté fitness a partagé les éléments suivants :

Ne pas se contenter de proposer des contrats à prix réduit sur 12 ou 24 mois, mais aussi des contrats semestriels qui ne soient pas plus chers que les contrats longue durée, car cela dissuade souvent les client·es

Proposer des contrats équitables avec une possibilité de résiliation en cas de problèmes de santé importants

Une large offre de cours sur des horaires élargis (avant 9h et après 17h)

Davantage d'offres en ligne à différents horaires

Des tarifs plus flexibles pour les personnes ayant un budget plus limité, comme les étudiant·es, les apprenti·es ou les élèves

Prenez un moment pour y réfléchir : **quelle flexibilité pouvez-vous concrètement mettre en place dans votre club, et comment simplifier le quotidien de vos membres ?**

Être flexible, oui. Mais jusqu'où ?

Trouver l'équilibre entre les tensions

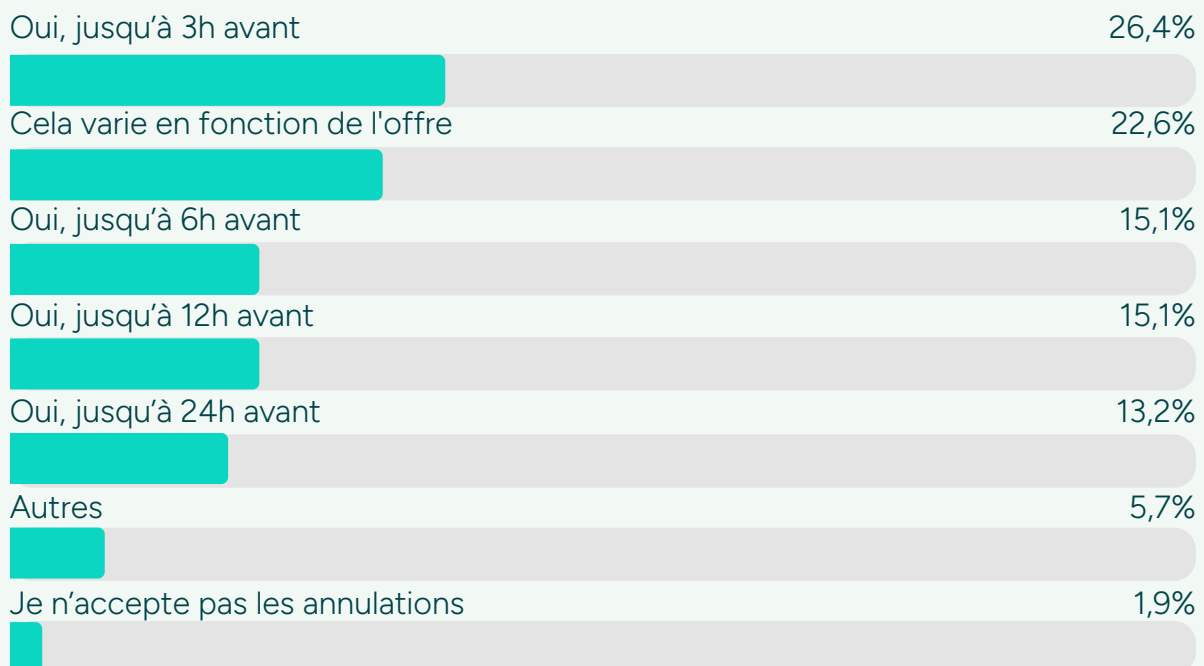
Les annulations représentent un véritable défi au quotidien pour de nombreux clubs, en particulier lorsqu'elles surviennent à la dernière minute. **Elles laissent des places vides, génèrent une perte de revenus et alourdissent la gestion administrative.**

Mais ce n'est pas tout. Notre enquête révèle aussi des attentes parfois opposées. **Les client·es souhaitent plus de flexibilité, tandis que les propriétaires ont besoin d'une planification stable et d'un taux de fréquentation prévisible.**

Entre ces deux réalités, l'équilibre n'est pas toujours évident à trouver !

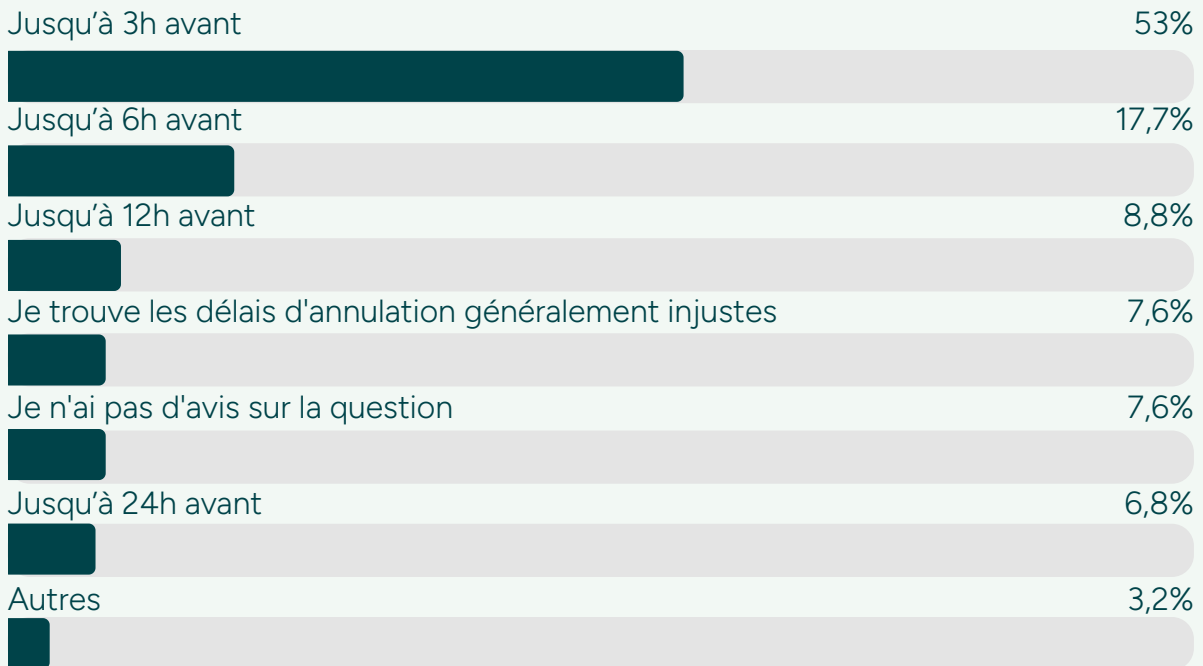
GÉRANT·ES DE STUDIOS :

**Avez-vous des règles d'annulation clairement définies pour vos cours ?
Si oui, combien d'heures à l'avance peut-on annuler chez vous ?**



CE QUE DISENT LES ADEPTES DE FITNESS

Combien de temps avant un cours aimeriez-vous pouvoir annuler ?



Lorsque les clubs ou salles offrent peu de flexibilité en matière de réservation et d'annulation, de nombreux·ses client·es deviennent plus hésitant·es.

36,1 % continuent de réserver, mais privilégient des décisions de dernière minute. **25,7 %** trouvent cela dissuasif et viennent moins souvent, tandis que **13,7 %** se tournent vers un autre club ou une autre salle.

Pour **20,1 %**, tout dépend du professeur·e.

Quel est l'impact financier des annulations et des absences ?

Comparé à d'autres secteurs en France, le taux d'absences non signalées est le plus élevé dans le fitness selon nos données : **en moyenne, 55,9 % des cours ne sont pas honorés (Yoga : 38 %, Pilates : 33,9 %)**. Les cours du week-end sont particulièrement concernés.*

*Remarque : nous avons constaté que le taux d'absences non signalées est particulièrement élevé. Cela peut s'expliquer par le fait que de nombreux membres ou professeur-es oublient de valider leur présence. Dans ce cas, la séance est comptabilisée comme une absence.

Les taux d'annulation présentent une dynamique légèrement différente. Le fitness se situe ici dans la moyenne, avec un taux d'annulation moyen de **21,3 %**. À titre de comparaison, **20,4 %** des cours de Yoga et **23,3 %** des cours de Pilates réservés ont été annulés en 2025.

Les cours de fitness programmés le matin et le week-end sont globalement moins annulés. À l'inverse, **les taux d'annulation sont plus élevés en semaine, en particulier l'après-midi et en soirée, notamment le mercredi soir, le jeudi après-midi et le vendredi soir.**

Fait intéressant, le dimanche soir semble être un créneau privilégié pour beaucoup de pratiquant-es de fitness. **Les cours à ce moment-là sont ceux qui sont le moins souvent annulés !**

À savoir

L'impact des annulations et des absences de dernière minute varie selon les salles. **35,9 %** des salles interrogées indiquent que cela reste gênant, mais gérable. Pour **24,5 %**, le sujet est plus critique : elles cherchent activement des solutions, car ces absences pèsent concrètement sur leur quotidien. Et pour **11,3 %**, il s'agit d'un véritable problème. Les autres parviennent à bien maîtriser la situation ou considèrent que cela fait partie du fonctionnement normal de leur activité.

Efficace à court terme, plus difficile à maintenir dans la durée

Un dernier enjeu que nous souhaitons aborder dans ce chapitre concerne la collaboration avec les agrégateurs tels que **ClassPass, EGYM/Wellpass ou Urban Sports Club**. Environ la moitié des salles de fitness ayant participé à notre enquête travaillent actuellement avec ces plateformes.

Mais cette collaboration s'accompagne aussi de certaines limites. **28,3 %** des répondant·es indiquent qu'elle complique significativement la création de relations durables. Pour **22,6 %**, le contact avec ces participant·es reste souvent trop impersonnel, et seuls **9,4 %** déclarent réussir à convertir efficacement cette audience en abonnements.

À savoir

Nous avons interrogé la communauté fitness pour comprendre pourquoi elle utilise les plateformes d'agrégation pour réserver. **La principale raison est le besoin de flexibilité et de réservation spontanée (28,5 %)**. Viennent ensuite l'accès à une plus grande diversité d'activités (**22,5 %**) et la volonté de ne pas s'engager auprès d'une seule salle (**15,7 %**). Les conditions de résiliation flexibles et un coût d'entrée plus accessible jouent également un rôle.

Par vous, pour vous !

Retours d'expérience concrets

Beaucoup de salles misent déjà sur des actions concrètes pour fidéliser durablement leurs membres

Nous avons souhaité comprendre quelles approches fonctionnent réellement au quotidien et avons demandé à nos salles partenaires de partager leur expérience. Et les résultats le confirment : **proximité, lien social et fiabilité sont les principaux moteurs de fidélisation dans le fitness !**

83 % s'appuient sur une relation personnalisée

60,4 % organisent des événements pour leur communauté

37,7 % privilégient la qualité de l'encadrement

30,2 % proposent des avantages et programmes dédiés aux membres

À savoir

Une approche personnalisée est souvent déterminante, à la fois pour convaincre et pour fidéliser durablement.

* (plusieurs réponses étaient possibles)

C'est le moment de laisser place à la créativité !

Quelles sont les initiatives les plus créatives et efficaces pour fidéliser ?
Nous avons posé la question à nos gérant·es de salles :

Événements estivaux et offres de parrainage

Rencontre entre sportif·ves

Événement en plein air

Événement exclusif avec des avantages pour les membres fidèles

Un calendrier de l'Avent fitness

Bootcamp à l'automne 2025

Des challenges réguliers

Événements de Noël, moments conviviaux et retraites

Tarifs maintenus pour les membres existants lors de la dernière hausse

Challenge communautaire

À votre tour !

Comment souhaitez-vous fidéliser davantage vos membres en 2026 ?

Nous espérons que ces échanges vous ont inspiré. Et maintenant, à vous de passer à l'action.

Qu'aimeriez-vous faire évoluer dans votre salle en 2026 ? Sur quels points souhaitez-vous ajuster, simplifier ou explorer de nouvelles approches ?

Prenez 5 minutes pour faire le point sur ce qui est vraiment important pour vous et les domaines dans lesquels vous souhaitez évoluer. Les questions suivantes sont là pour vous aider à clarifier vos priorités.

Installez-vous confortablement : vous pouvez simplement noter vos idées sur une feuille ou imprimer la page suivante pour les compléter directement.





Quelles actions mettez-vous en place pour renforcer la confiance et l'appartenance dans votre salle ?

De quelle manière pouvez-vous mieux accompagner vos nouveaux membres pendant les premières semaines ?

À quel moment et pourquoi vos nouveaux·elles membres perdent-ils l'engagement ?

Que pouvez-vous faire pour impliquer davantage les membres existants et leur témoigner votre reconnaissance ?

Quelles expériences souhaitez-vous proposer en 2026 pour faire de votre salle un lieu vivant et attractif ?



Les petites actions
de chaque jour
encouragent vos
membres à revenir
demain



Nos réflexions pour vous accompagner en 2026

Si les abonnements continuent de progresser, la recherche de flexibilité oriente de plus en plus les pratiquant·es vers des formats plus souples, comme les séances à l'unité et les carnets de cours plus courts.

La motivation déclenche, la routine ancre !

La flexibilité n'est pas une option,
c'est la clé de la régularité .

L'automne est votre saison la plus performante.
Profitez des mois d'été pour préparer votre studio à
cette période clé !

Pour beaucoup, venir dans votre salle est le moment
qu'ils attendent le plus dans leur journée.



Merci de faire partie de l'aventure

Ensemble, faisons grandir 2026 !

Le secteur est en mouvement, votre activité aussi, et notre engagement à vos côtés encore plus ! Pour vous accompagner au mieux, nous nous appuyons sur nos données et sur les retours de gérant·es de salles et de passionné·es de fitness.


Nous remercions chaleureusement toutes les équipes de nos salles partenaires, ainsi que toutes les personnes ayant pris le temps de répondre à l'enquête et de partager leur expérience. C'est en avançant à vos côtés que nous comprenons ce qui compte vraiment. Nous espérons que ce rapport vous apportera de nouvelles perspectives et vous inspirera au quotidien.

Notre passion pour le fitness est ce qui nous rassemble. C'est pour cela que nous soutenons ces lieux qui vont bien au-delà de la pratique, des espaces où chacun·e peut se retrouver, à son rythme. Continuons ensemble à faire de votre salle ce lieu si particulier, où chacun·e se sent à sa place.

Merci de contribuer, chaque jour, à une société plus active et en meilleure santé grâce à votre engagement.

Denise
Creative Team Lead



A close-up photograph of three young women with diverse backgrounds, all smiling broadly and looking towards the camera. They are wearing athletic or casual clothing. The woman on the left is a Black woman with her hair pulled back, wearing a black top and a thin necklace. The woman in the middle has brown hair with bangs and is wearing a black top. The woman on the right has light brown hair pulled back and is wearing a black top. The background is softly blurred, suggesting an indoor setting with large windows.

Un retour ou une remarque
à nous partager ?
Contactez-nous à
marketing@eversports.com

**Restez
en forme !**



Bien plus qu'un simple logiciel de gestion

Rejoignez notre communauté de plus de 9.000 professionnel·les

- Gestion simplifiée de vos cours et activités
- Planning réservable sur votre site web
- Transactions en ligne simples et sécurisées
- Cours en ligne et vidéo à la demande
- Application gratuite pour vos client·es

Réservez votre démo gratuite dès maintenant

Eversports Manager a reçu une note de 4.8/5 en moyenne

