

Fitness 2026. Ce que disent les chiffres.

L'essentiel du HFA Global Report 2026, décrypté pour les dirigeants, managers et commerciaux des réseaux français.

Pourquoi ce document

Chaque année, la Health & Fitness Association publie le rapport de référence sur l'industrie mondiale du fitness. L'édition 2026 couvre plus de trente marchés.

J'en ai extrait l'essentiel pour les dirigeants, managers et commerciaux des réseaux français. Un constat domine : le secteur croît plus vite que l'économie qui l'entoure. Cette croissance ne profite pourtant pas à tous de la même façon. Les concepts récents, les modèles clairement positionnés et les opérateurs les plus efficaces captent l'essentiel de la valeur.

Chaque chiffre est sourcé. Les « Notes de l'auteur », en marge, signalent mon analyse, distincte du contenu du rapport.

Yassine Kahia

COMMENT LIRE

Les résultats d'enquête sont des médianes déclaratives. Les périmètres varient selon les pays : les chiffres nationaux ne s'additionnent pas.

SOMMAIRE

—	L'essentiel en dix chiffres	4
01	Contexte	5
02	Marchés mondiaux et européens	7
03	Focus France	9
04	Performance des opérateurs	12
05	Perspectives 2026	14
06	Leaders et capital	15
07	Tendances clients	18
08	Regards internationaux	24
09	Ce que cela implique pour vos équipes	25
10	Retour terrain	26
—	Méthode et sources	28

SYNTHÈSE

L'essentiel en dix chiffres

Le fitness croît plus vite que l'économie qui l'entoure. La valeur se concentre sur les concepts récents, les positionnements clairs et les opérateurs efficaces.

+10,7 %

Croissance médiane du chiffre d'affaires des opérateurs en 2025, bien au-delà de l'inflation mondiale (3,3 %).

22,1 %

Marge d'EBITDA médiane : une croissance qui reste rentable.

92 %

des opérateurs anticipent une hausse de leur chiffre d'affaires en 2026.

39,1 Md€

Chiffre d'affaires record du marché européen, pour 75,5 millions de membres.

2,45 Md€

Chiffre d'affaires des clubs en France (+7,3 %), pour 7,7 millions de membres.

-5 %

Recul du chiffre d'affaires des clubs français de plus de cinq ans, quand les plus récents progressent de 58 %.

9 M

de Français inactifs envisagent de se mettre au sport.

4 pts

de masse salariale séparent les opérateurs les plus rentables de l'ensemble des répondants.

23 %

des Américains seulement couperaient le fitness en premier si leur budget se tendait.

3,2 Md\$

investis dans 102 opérations de rachat en 2025.

Une économie qui ralentit. Une demande qui **tient**.

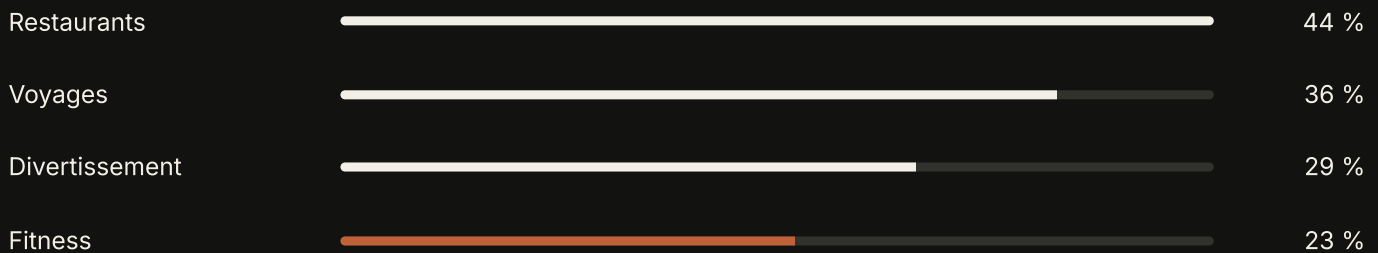
Les grandes institutions ont revu leurs prévisions 2026 à la baisse. Le fitness, lui, devient une dépense que l'on protège.

Le FMI anticipe 3,0 % de croissance mondiale en 2026, la Banque mondiale 2,5 %, son plus bas niveau depuis la pandémie. L'OCDE envisage 2,1 % si les perturbations énergétiques liées au Moyen-Orient se prolongent.

Pour les opérateurs, ce contexte accroît la pression sur l'énergie et la masse salariale. Il renforce aussi l'attrait des abonnements accessibles et flexibles.

23 %

des Américains seulement couperaient le fitness en premier si leur budget se tendait.



Premier poste que les Américains couperaient en cas de besoin. Enquête Kantar pour la HFA. La santé et l'exercice arrivent aussi en tête des résolutions 2026 (54 %).

NOTE DE L'AUTEUR

Quand le budget se tend, le client renonce au restaurant avant son club. Un argument à assumer en vente, sans brader le prix.

Des membres plus fidèles, plus **assidus**.

Aux États-Unis, 81 millions de personnes détenaient un abonnement en 2025 : un record historique, soit 26,1 % de la population.

7,1 %

de résiliation en 2025, le plus bas niveau depuis dix ans.

5 ans

d'ancienneté moyenne des membres, record sur dix ans.

4,6 %

d'abonnements inactifs, plus bas historique.

7 Md

de visites, au-delà du record d'avant-Covid, et 19 trimestres consécutifs de hausse de la fréquentation.

HFA 2026 US Health & Fitness Consumer Report ; HFA Fitness Industry Traffic Tracker.

L'Europe suit la même trajectoire

Selon EuropeActive, le marché européen atteint 75,5 millions de membres (+5,8 %) et 39,1 Md€ de chiffre d'affaires (+9,1 %). La croissance vient des non-membres, des seniors, du low-cost et des formats force, bien-être et raquettes. Le HIIT et le segment luxe perdent du terrain.

NOTE DE L'AUTEUR

La valeur se construit après la vente : sur le cas présenté **page 26**, 1,8 point de résiliation en moins représente près de 1 200 € de revenu récurrent préservé chaque mois.

Les principaux marchés
en un **tableau**

MARCHÉ	CA LOCAL	CA (MD\$)	CLUBS	MEMBRES	PÉNÉTRATION
États-Unis	—	22,4	55 294	81,0 M	26,1 %
Europe (ensemble)	39,1 Md€	44,1	67 515	75,5 M	9,3 %
Japon	—	10,0	31 500	11,8 M	9,5 %
Royaume-Uni	6,5 Md£	8,56	5 842	12,2 M	18 %
Allemagne	6,25 Md€	7,10	9 647	12,4 M	14,8 %
Canada	—	4,15	9 400	5,2 M	16 %
Corée du Sud	5 640 Md₩	3,97	22 200	6,3 M	12,2 %
Espagne	3,24 Md€	3,65	5 806	7,1 M	14,2 %
Brésil	16,6 Md R\$	2,97	45 589	14,7 M	7 %
France	2,45 Md€	2,77	6 928	7,7 M	11 %
Australie	—	2,39	8 000	6,2 M	23 %
Arabie saoudite	8,5 Md SAR	2,27	1 881	2,1 M	7,4 %
Inde	186 Md₹	2,14	49 300	13,7 M	0,9 %
Suisse	—	1,64	1 441	1,45 M	16 %
Chine	—	n.c.	50 000	50 M	3,6 %

HFA Global Report 2026, fédérations nationales. États-Unis : impact économique (base 2024), pénétration sur les 6 ans et plus.
Corée et Brésil : CA 2024. Japon : définition élargie en 2025.

Marchés matures
États-Unis, Australie, Royaume-Uni, Canada : au-delà de 16 % de pénétration, la croissance passe par la fréquentation et la valeur par membre.

Marchés intermédiaires
Allemagne, Espagne, Corée, France, Japon : entre 9,5 % et 15 %, avec une marge de progression nette.

Marchés émergents
Brésil, Chine, Inde. En Inde, Deloitte projette +11 % de membres et +15 % de chiffre d'affaires par an d'ici 2030.

La France garde une marge de **progression**.

Part de la population membre d'un club, 2025.



Royaume-Uni, le leader

Chiffre d'affaires +14,3 % à 6,5 Md£. 12,2 millions de membres (+6,6 %), 679 millions de visites (+10 %).

Allemagne, l'investissement

12,36 millions de membres, 6,25 Md€. 798 M€ investis en 2025 ; 80 % des opérateurs prévoient d'investir en 2026.

Espagne, la dynamique

Deuxième année record : +11,6 % de chiffre d'affaires, +8,5 % de membres. 87 % des Espagnols font du sport chaque semaine.

France, le potentiel

+7,3 % de chiffre d'affaires, +7,8 % de fréquentation : une croissance solide, sur une base de pénétration plus faible.

HFA Global Report 2026 ; ukactive ; DSSV ; Deloitte et Fundación España Activa ; UESC.

NOTE DE L'AUTEUR

Au niveau allemand de 14,8 %, la France compterait environ 2,7 millions de membres de plus. Estimation indicative, hors rapport.

Un marché de 2,45 Md€ qui se **structure**.

Selon l'Union des Entreprises du Sport & du Cycle, le chiffre d'affaires des clubs progresse de 7,3 % en 2025.

7,7 M

membres, soit 11 % de la population

6 928

clubs sur le territoire

+7,8 %

de fréquentation sur un an

18 M

de pratiquants, en club, à domicile ou en extérieur

Un écosystème de 3,5 Md€

Clubs · 2,45 Md€

Équipement
0,55 Md€

Coachs
0,50 Md€

Le secteur emploie environ 35 000 coachs et représente 45 000 emplois équivalents temps plein. L'offre s'est nettement diversifiée : cross-training, électrostimulation, studios spécialisés, yoga, Pilates et courses fitness comme HYROX.

La pratique devient hybride : 24 % des pratiquants combinent plusieurs lieux. Les motivations s'élargissent à la santé mentale, à la prévention des blessures et à l'autonomie avec l'âge. 84 % des pratiquants en club se disent satisfaits.

Union des Entreprises du Sport & du Cycle (UESC), via HFA Global Report 2026.

À RETENIR

18 millions de pratiquants, 7,7 millions d'abonnés : l'écart mesure le terrain à conquérir.

L'âge du concept fait la **différence**.

+58 %

Évolution du chiffre d'affaires des clubs ouverts
depuis moins de cinq ans.

-5 %

Évolution du chiffre d'affaires des clubs de plus
de cinq ans.

*Dans un marché en croissance, un club qui ne se réinvente pas
recule.*

UESC, évolution annuelle cumulée du chiffre d'affaires, 2025.

NOTE DE L'AUTEUR

La montée en charge des clubs récents gonfle le premier chiffre. Le second, lui,
constitue une vraie alerte.

Neuf millions de pratiquants à conquérir.

38 % des Français inactifs envisagent de se mettre au sport. Le profil des pratiquants actuels indique où chercher.

59 %

des pratiquants sont des femmes

4 M

de pratiquants ont plus de 55 ans

24 %

combinent plusieurs lieux de pratique

Les leviers de *conversion*

Le prix reste le premier critère de choix et le premier levier pour convertir. L'UESC recommande des offres flexibles et sans engagement, des parcours débutants fondés sur la confiance et la progression, des programmes seniors adaptés, et une diversification vers la santé, la nutrition et le sommeil.

Quatre défis *structurels*

Pouvoir d'achat

Il favorise les formats accessibles, mais comprime les marges et la capacité d'investissement.

Talents

Le secteur peine à construire des carrières longues et à retenir ses coachs qualifiés.

Sport-santé

Les clubs privés restent rarement intégrés aux parcours des Maisons Sport-Santé.

TVA

La baisse de 20 % à 10 %, votée à l'Assemblée en 2025, a été retirée au Sénat. Plus de 100 parlementaires la soutiennent en 2026.

UESC, via HFA Global Report 2026.

NOTE DE L'AUTEUR

Un débutant ou un senior ne s'inscrit pas pour les mêmes raisons qu'un habitué. Convertir ce gisement relève autant de la vente que du marketing.

2025, une expansion rentable.

Les opérateurs accroissent à la fois la taille et la valeur de leur clientèle.

+10,7 %

Croissance médiane du chiffre d'affaires, de +10,6 % à +12,5 % selon la taille.

+6,9 %

Croissance nette médiane du nombre de membres.

2/3

des membres conservés sur l'année.

22,1 %

Marge d'EBITDA médiane.

12,0 %

Marge avant impôts médiane.

76,2 %

du chiffre d'affaires provient des abonnements, en moyenne.

Le chiffre d'affaires progresse plus vite que la base de membres : le prix et les services additionnels créent la valeur. À titre de comparaison, l'économie mondiale du bien-être a progressé de 7,9 % en 2024 selon le Global Wellness Institute.

MÉTHODE

Enquête menée de février à juin 2026 auprès de 244 opérateurs, soit près de 27 000 clubs. Médianes des données 2025.

Les plus rentables gagnent sur l'efficacité.

Ils recrutent un peu moins de membres, mais pilotent mieux leurs équipes et leurs coûts.

31 %

Marge d'EBITDA de la moitié la plus rentable des répondants (55 opérateurs).

22,1 %

Marge d'EBITDA médiane de l'ensemble des répondants.

MÉDIANE 2025	PLUS RENTABLES	ENSEMBLE
Croissance du chiffre d'affaires	12,7 %	10,7 %
Masse salariale / chiffre d'affaires	32,4 %	36,4 %
Croissance des membres	5,6 %	6,9 %

Multi-sites ou indépendants

MÉDIANE 2025	MULTI-SITES	MONO-SITE
Croissance du chiffre d'affaires	12,2 %	8,6 %
Masse salariale / chiffre d'affaires	35,5 %	39,2 %

La taille soutient la croissance et l'efficacité. Les indépendants gardent un coût d'acquisition plus bas et une fidélité plus forte.

Enquête HFA 2026, données 2025.

NOTE DE L'AUTEUR

Productivité par collaborateur, plannings, rôle commercial de chaque poste : c'est là que se joue l'écart. Une corrélation, pas une causalité démontrée.

Confiance générale, milieu de gamme moins **dynamique**.

Interrogés majoritairement entre avril et juin 2026, les opérateurs restent confiants. Seuls 2,7 % anticipent une baisse de leur chiffre d'affaires.



Part des opérateurs anticipant une hausse en 2026. Enquête HFA 2026.

Les extrémités tirent

À 50 \$ par mois ou moins, 75,9 % visent plus de 5 % de croissance du chiffre d'affaires. Au-delà de 150 \$, même proportion, et 69,0 % visent plus de 5 % d'EBITDA, le meilleur score. Le milieu de gamme attend une croissance plus modérée.

Les formats spécialisés

Près de quatre clubs fitness sur cinq visent plus de 5 % de croissance du chiffre d'affaires. Les studios misent sur les membres : 57,9 % visent plus de 5 %, contre 30,2 % des clubs multi-activités.

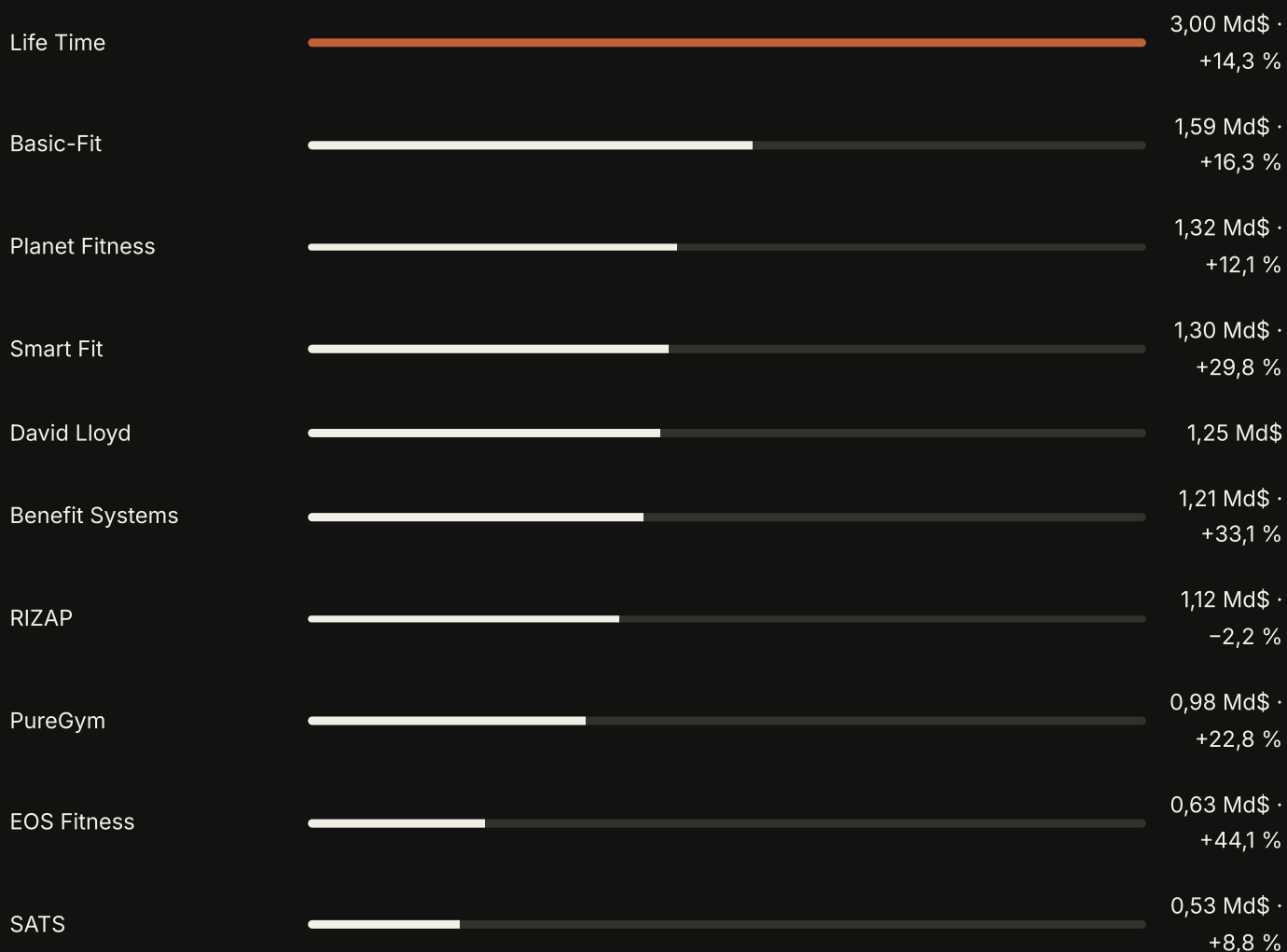
Côté équipes, la moitié des opérateurs prévoit des effectifs stables et seuls 17,3 % visent plus de 5 % de recrutement.

NOTE DE L'AUTEUR

Des effectifs stables pour une activité en hausse : la productivité commerciale devient le levier central de 2026.

Les leaders mondiaux en 2025

Life Time, club premium, reste n°1 mondial en chiffre d'affaires pour la deuxième année. Les plus fortes croissances viennent des consolidateurs.



Top 10 mondial par chiffre d'affaires 2025. Enquête HFA 2026, rapports publics.

Membres

Planet Fitness, 20,8 millions : record du secteur. Suivent HILEFIT (17 M) et Purpose Brands (6,2 M).

Franchises

Anytime Fitness, 5 810 sites. Puis Planet Fitness (2 896), Curves (2 001), Club Pilates (1 414).

Croissance

LifeFit +51,3 % de chiffre d'affaires, EOS +44,1 %. Benefit Systems +139,7 % de membres.

CÔTÉ FRANCE

L'Orange Bleue (410 clubs), Fitness Park Group (403) et Keepcool (288) figurent parmi les premiers réseaux européens en nombre de sites.

Les fonds misent
sur le **secteur**.

3,2 Md\$

investis dans 102 opérations de rachat en 2025,
selon Houlihan Lokey.

+12,3 %

en Bourse pour les opérateurs multi-sites cotés,
dont Planet Fitness et Basic-Fit.

OPÉRATION	MONTANT	SIGNAL
Basic-Fit × clever fit	160 M€ + complément	493 clubs ; entrée dans la franchise
TSG Consumer × EOS Fitness	≈ 1,5 Md\$	Low-cost, 250 clubs visés en 2030
Benefit Systems × MAC Group	431,6 M\$	123 clubs, n°1 en Turquie
Leonard Green × Crunch	> 1,5 Md\$	Près de 550 clubs, 3,8 M de membres
L Catterton × HYROX	≈ 600 M€	Les courses fitness attirent les fonds
Playlist × EGYM	785 M\$ levés	Le logiciel se concentre
VivaGym × Synergym	n.c.	450+ clubs combinés en Ibérie (en cours)

Houlihan Lokey, S&P Capital IQ, Bloomberg, communiqués. Montant 2024 : 4,5 Md\$, gonflé par une levée hors norme d'Equinox.

Basic-Fit–clever fit illustre la dynamique européenne : le n°1 du low-cost rachète un franchiseur,
devient leader en zone germanophone et dépasse 2 150 clubs dans douze pays.

Ce que le capital récompense

Six critères ressortent des opérations de l'année.

01 Le low-cost à forte valeur perçue

Prix bas, marché large, revenus récurrents : le segment préféré des fonds. Sa nouvelle génération ajoute équipements et services sans relever les prix.

02 La taille

Les fonds soutiennent des plateformes capables d'ouvrir et de racheter en série, avec achats, technologie et marketing centralisés.

03 Les franchisés multi-sites

Ils deviennent des cibles à part entière : les atouts d'un franchiseur, sans la gestion de tout le réseau.

04 Le logiciel intégré

Gestion, paiement, rétention, données et IA réunis sur une plateforme. Moins de fournisseurs, plus de dépendance.

05 Le Pilates

Studios, fabricants de reformers, contenus numériques : toute la chaîne attire les capitaux.

06 Les modèles prouvés

Prudence accrue envers les concepts boutique non éprouvés et les applications grand public.

NOTE DE L'AUTEUR

Un réseau vaut ce que valent ses indicateurs. Un pilotage commercial documenté devient un actif valorisable, en croissance comme en cession.

La force gagne du terrain sur la perte de poids.

Le changement de motivation le plus net du rapport : les clients viennent moins pour maigrir que pour devenir forts et bien vieillir.

42,3 %

citent « devenir plus fort » comme premier objectif santé pour 2026.

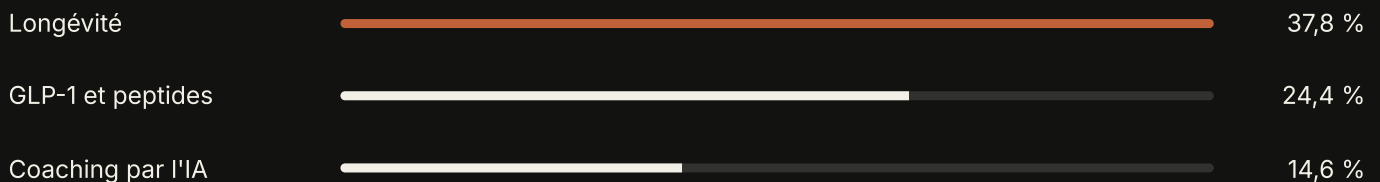
46,5 %

prévoient de soulever plus lourd cette année.

26,4 M

d'utilisateurs d'haltères aux États-Unis (+6,8 %), dont 56,4 % chaque semaine : la plus forte régularité de tous les équipements.

La tendance qui définira 2026



Life Time 2026 Health & Wellness Survey ; HFA 2026 US Consumer Report. En recul : elliptiques, machines guidées, HIIT, vélo en groupe.

NOTE DE L'AUTEUR

Le discours de vente gagne à se recentrer sur un résultat : force, énergie, autonomie. Plus seulement sur l'accès au club.

La communauté retient mieux que l'équipement.

73 %

des pratiquants jugent que la communauté les aide à rester motivés et réguliers.

47 %

des Gen Z en font la raison principale de leur assiduité.

50 %

des nouvelles inscriptions 2025 viennent de la Gen Z, sur un réseau de 40 millions de membres.

65 ans +

le segment de membres à la croissance la plus rapide aux États-Unis.

75,2 %

des membres de studios détiennent un second abonnement ailleurs.

Ce qui attire un membre n'est pas ce qui le retient.

D'après Mike Escobedo, ABC Fitness. Sources : ABC Fitness, Wellness Watch Q4 2025 ; HFA US Consumer Reports.

NOTE DE L'AUTEUR

Deux publics, deux parcours de fidélisation : l'ambiance pour les jeunes, la relation avec le coach pour les plus âgés.

Les formats qui **montent**

Raquettes, Pilates et courses fitness progressent vite. Les grands réseaux les intègrent à leur offre.

PICKLEBALL

7,6 M

de membres de clubs pratiquants aux États-Unis, +36,3 % par an depuis 2021. 65 % jouent chaque semaine.

PADEL

58 334

terrains dans le monde (+16 %). 4 969 clubs et 7 898 terrains ouverts en 2025.

PILATES

+28,1 %

de pratiquants américains depuis 2021. Planet Fitness, LA Fitness et Crunch ajoutent des reformers.

COURSES FITNESS

600 M€

de valorisation pour HYROX selon Bloomberg. Life Time et F45 lancent leurs compétitions.

Le yoga reste l'activité la plus pratiquée par les membres américains (17,7 millions). Le HIIT, le cross-training et le vélo en groupe reculent : leurs principes migrent vers les formats force et fonctionnels, plus qu'ils ne disparaissent. Club Pilates pèse près de 65 % du chiffre d'affaires de Xponential.

HFA 2026 US Consumer Report ; Playtomic Global Padel Report 2026 ; Bloomberg.

FIL ROUGE

La compétition sociale devient un moteur d'engagement, du padel aux courses fitness.

La récupération devient un **standard**.

79 %

des opérateurs interrogés proposent des services de récupération.

96 %

des marques de plus de 5 M\$ de chiffre d'affaires offrent bien-être et récupération.

ÉQUIPEMENT	MULTI-ACTIVITÉS	FITNESS SEUL	STUDIO
Sauna	91 %	63 %	10 %
Lits de massage	59 %	35 %	16 %
Spa	45 %	22 %	0 %
Bain froid	39 %	20 %	0 %
Luminothérapie	16 %	24 %	10 %
Cryothérapie	11 %	6 %	5 %

Part des clubs équipés. HFA 2025 Fitness Industry Benchmarking Report, 175 opérateurs, données 2024.

Le haut de gamme va plus loin : longévité, biohacking, programmes hormonaux, souvent avec des partenaires cliniques. Pour les clubs fitness seuls, encore peu équipés hors sauna, la récupération ouvre une source de revenus hors abonnement.

NOTE DE L'AUTEUR

Chaque nouveau service ouvre une vente additionnelle, à condition de le relier à l'objectif exprimé par le client.

Le fitness entre dans le parcours de **soins**.

Depuis décembre 2025, l'OMS recommande d'intégrer les traitements GLP-1 à une prise en charge globale. Sans exercice, ils exposent à une fonte musculaire.

5 \$ pour 1 \$

de rendement sur dix ans lorsque l'exercice structuré accompagne un traitement GLP-1, selon FTI Consulting.

200 Md\$

Marché annuel des incrétones, dont les GLP-1, attendu d'ici 2030 (J.P. Morgan).

499 M

nouveaux cas de maladies évitables liés à l'inactivité entre 2020 et 2030, pour 300 Md\$ de coûts (OMS).

7,46 Md£

de valeur sociale générée par les clubs britanniques en 2025 (ukactive).

Les partenariats se multiplient : Planet Fitness avec Ro, Crunch avec Thrive, UFC GYM avec NexGen MD. Equinox et Life Time étendent leurs offres de diagnostic et de longévité. Le club évolue vers un centre de santé de proximité.

EN FRANCE

Les parcours des Maisons Sport-Santé et l'activité physique adaptée constituent la porte d'entrée naturelle.

L'usage de l'IA progresse. La confiance **suit mal**.

Seuls 26 % des pratiquants se disent très familiers de l'IA. ABC Fitness recommande de l'utiliser en copilote, jamais en remplaçant.

GÉNÉRATION	A UTILISÉ UNE APP IA	LUI FAIT CONFIANCE
Gen Z	64 %	33 %
Millennials	59 %	43 %
Baby-boomers	n.c.	17 %

Le paiement, un risque *émergent*

26,3 %

des prélèvements rejetés viennent des néobanques, qui ne pèsent que 4 % du volume.

17 %

des nouveaux membres paient déjà via une néobanque.

92 % des Américains détiennent au moins un abonnement, et les portefeuilles numériques représentent 18 % des moyens de paiement préférés. À surveiller dans les impayés, surtout sur une clientèle jeune.

ABC Fitness, Wellness Watch Q4 2025, réseau de plus de 40 millions de membres.

NOTE DE L'AUTEUR

L'IA personnalise et prédit les départs. L'humain rassure et retient, surtout auprès des seniors.

Sept leçons venues d'**ailleurs**

01 **Espagne · retenir les débutants**

Premiers signes de ralentissement des inscriptions début 2026. Beaucoup de nouveaux membres décrochent faute d'accompagnement. Le low-cost doit désormais offrir design, propreté et expérience.

02 **Allemagne · agrégateurs et compétences**

1,47 million d'utilisateurs passent par des agrégateurs, sans cannibaliser les abonnements. Plus de 95 % des clubs investissent dans la formation, face à une pénurie de personnel qualifié.

03 **Royaume-Uni · les coûts pèsent**

Fiscalité, charges et énergie frappent d'abord les indépendants. Premières causes de résiliation : manque de confiance, motivation, et coût.

04 **Japon · les petits formats gagnent**

chocoZAP a ouvert plus de 1 000 clubs en un an. Le prix, la proximité du domicile et la propreté deviennent les premiers critères de choix.

05 **Chine · la fin du prépayé**

La réglementation limite les abonnements longs. Les contrats de plus d'un an deviennent rares, la rétention remplace la grosse vente initiale.

06 **Arabie saoudite · le milieu s'efface**

La croissance se concentre sur le low-cost et le premium. Les salles pour femmes de Leejam croissent six fois plus vite que celles pour hommes.

07 **États-Unis · la régulation se durcit**

21 lois adoptées en 2025 sur la résiliation simplifiée, le renouvellement automatique et la transparence des prix. En France, la résiliation en trois clics s'applique depuis 2023.

Ce que cela implique pour vos équipes.

DIRIGEANTS

Choisir son camp. Low-cost et premium captent la croissance ; un milieu de gamme flou s'expose.

Renouveler avant l'érosion.

Les clubs de plus de cinq ans reculent de 5 %.

Piloter la productivité. Quatre points de masse salariale font l'écart.

Préparer l'offre santé. Quatre millions de pratiquants ont plus de 55 ans.

MANAGERS

Suivre la rétention comme le chiffre. Résiliation, ancienneté, fréquentation, chaque semaine.

Soigner les premières semaines. Les débutants décrochent faute d'accompagnement.

Fidéliser les talents. Carrières et formation continue : la pénurie touche tous les marchés.

L'IA en copilote. Pour prédire les départs, pas pour remplacer la relation.

COMMERCIAUX

Vendre un résultat. Force, énergie, autonomie, plutôt qu'un accès.

Adapter la découverte.

Débutant, senior et habitué n'achètent pas pour les mêmes raisons.

Défendre la valeur. Le prix reste le premier critère : l'argumentaire le justifie.

Vendre en transparence.

Contrats clairs et résiliation simple nourrissent la durée.

TROIS QUESTIONS POUR VOTRE PROCHAIN COMITÉ DE DIRECTION

1. Où se situe notre offre sur l'échelle prix / valeur, et reste-t-elle *lisible* ?
2. Quel est notre ratio masse salariale / chiffre d'affaires, face aux 32,4 % des plus rentables ?
3. Qu'est-ce qui retient nos clients au-delà de la première année, et le *mesurons-nous* ?

La résiliation se **pilote**.

La valeur se construit après la vente. Voici l'évolution observée sur un club que j'accompagne.

–46 %

de résiliations en un an : 3,9 % en septembre 2025, 2,1 % en septembre 2026.

33

résiliations évitées chaque mois.

1 196 €

de revenu récurrent qui ne part plus, chaque mois.

Comparaison septembre 2025 / septembre 2026, à nombre d'abonnés et panier moyen constants. Revenu théorique par adhérent sur sa durée de vie : de 923 € à 1 713 € (panier moyen ÷ taux de résiliation mensuel).

Quatre *leviers*

LE RAPPORT CONSTATE

Beaucoup de nouveaux membres décrochent faute d'accompagnement.

Ce qui attire un membre n'est pas ce qui le retient.

Deux membres sur trois seulement sont conservés sur l'année.

73 % des pratiquants jugent que la communauté les aide à rester réguliers.

SUR LE TERRAIN

Intégration. Un parcours adhérent structuré dès les premières semaines.

Contact régulier. Chaque adhérent recontacté, à intervalles planifiés.

Relance des inactifs. Ceux qui ne viennent plus sont rappelés avant de résilier.

Présence sur les réseaux. Une communication qui entretient le lien entre deux visites.

SIMULATEUR

Et dans votre *club* ?

Saisissez vos chiffres. Les valeurs préremplies reprennent le cas ci-dessus.

PRÉLÈVEMENTS	PANIER MOYEN € / MOIS	RÉSILIATION ACTUELLE % / MOIS	RÉSILIATION CIBLE % / MOIS
1 847	35,98	3,9	2,1

33

résiliations évitées chaque mois

1 196 €

de revenu récurrent préservé
chaque mois

14 354 €

de revenu récurrent annualisé

Départs par mois : 72 → 39. Revenu théorique par adhérent sur sa durée de vie : 923 € → 1 713 €.

Simulateur interactif disponible dans la version en ligne sur artismomentum.fr.

D'où viennent ces chiffres

Ce document synthétise le 2026 Global Report de la Health & Fitness Association, publié en septembre 2026, qui porte sur l'année civile 2025.

Le rapport croise une enquête menée de février à juin 2026 auprès de 244 opérateurs représentant près de 27 000 clubs, les données des fédérations nationales, des études indépendantes et les publications des entreprises.

Précautions de lecture

- Les résultats d'enquête sont des médianes déclaratives, non pondérées ; ils ne représentent pas l'ensemble du marché mondial.
- Définitions et périmètres varient selon les pays : les chiffres nationaux ne s'additionnent pas.
- Les anticipations 2026 reflètent l'opinion des répondants, pas des prévisions de la HFA.
- Montants convertis au taux moyen 2025 (1 US\$ = 0,886 €). Une partie des données consommateurs porte sur les États-Unis.

Sources citées

HFA 2026 Global Report ; HFA 2026 US Health & Fitness Consumer Report ; HFA 2025 Benchmarking Report ; HFA Traffic Tracker ; European Health & Fitness Market Report 2026 ; UESC ; ukactive ; DSSV ; Fundación España Activa ; Fitness Business Japan ; ChinaFit ; CAA Portas.

Kantar ; ABC Fitness ; Life Time ; Playtomic ; Houlihan Lokey ; S&P Capital IQ ; Bloomberg ; J.P. Morgan ; FTI Consulting ; FMI ; OCDE ; Banque mondiale ; ONU ; OMS ; Global Wellness Institute.

Aller plus loin

Le rapport complet de la Health & Fitness Association est en libre accès.
Pour le panorama européen et le détail par pays, non repris intégralement dans cette synthèse :

- [2026 Global Report — Europe Overview](#)
- [2026 Global Report — Regional & Country Overviews](#)



ARTIS MOMENTUM

L'HUMAIN EST LA MESURE DE TOUTE CHOSE

La formation crée un déclic.
L'entraînement crée un réflexe.

Direction commerciale externalisée, formation certifiante et entraînement terrain,
pilotés par une application de performance commerciale et managériale.

20 ans

de terrain

6 949 h

d'entraînement
dispensées

100+

commerciaux entraînés

5/5

sur Google, 49 avis

FITNESS · RÉSEAU L'APPART FITNESS

50 % → 85 %

de taux de transformation

RETAIL PREMIUM · DIMENSION STORES

160 € → 222 €

de panier moyen

Réservez votre Diagnostic Momentum

artismomentum.fr

 Yassine Kahia

Organisme certifié Qualiopi · Habilité à préparer la certification RS7149