

FitnessBoutique relocalise le home fitness en France

La société du groupe N4Brands dirigée par les frères Viscuso commercialise dès mars un vélo d'appartement made in France (560 mots).

Ce contenu est protégé par le droit d'auteur de sport-guide.com et sa réutilisation sans autorisation de sport-guide.com est passible de poursuites au titre de la contrefaçon.

Il n'y a pas que le vélo qui se relocalise progressivement en France. Les équipements de home fitness, aussi, avec l'initiative notamment de FitnessBoutique (groupe N4Brands) qui relance une filière quasi abandonnée depuis les années 90/2000 pour une fabrication quasi exclusive en Asie.

Premier opus, un vélo d'appartement commercialisé dès mars prochain et dont la production et l'assemblage sont made in France, depuis le bois du cadre issu des forêts de Bourgogne et réalisé par un artisan stéphanois, l'assemblage dans le Rhône, ou le design à Voiron...

Le vélo baptisé André Martin, du nom du grand-père des deux frères dirigeants de FitnessBoutique, Stéphane et Mathieu Viscuso, est par ailleurs autonome au niveau énergétique, le pédalage alimentant l'écran tactile et tous les composants sont recyclables.

De revendeur à producteur made in France...

Un nouveau postulat donc pour l'enseigne de distribution de marques et de produits de fitness, de nutrition, et de bien-être. « *En 24 ans, on est donc passé de revendeur d'équipement de fitness, à producteur en Asie de notre propre marque allant du 1er prix au très haut de gamme jusqu'à cette production locale 100% maîtrisée en France.* » se félicite Mathieu Viscuso interrogé par la rédaction de Sport Guide.

Et ce vélo produit initialement à 200 pièces « *avec comme premier objectif 1 000 pièces* » est amené à être suivi par d'autres. Dans les prochains mois, suivront un elliptique et un rameur André Martin conçus eux aussi en France. « *Si les produits André Martin rencontrent leur public, nous envisagerons alors dans les prochaines années de relocaliser en France une partie de la production de nos équipements FitnessBoutique moyens et hauts de gamme* » précise Stéphane Viscuso.

« *90% de la production de nos compléments alimentaires est française, on atteindra 100% d'ici 2-3 ans et maintenant qu'on l'a réussi le challenge pour notre portefeuille composé d'une quinzaine de marques de nutrition, on veut prendre le même chemin dans l'équipement de fitness.* » renchérit Mathieu Viscuso.

117 points de ventes en propre et un CA global de 65M €

FitnessBoutique est présente actuellement en magasins, en succursales, en franchises et sur internet. Aujourd'hui, elle rayonne dans 117 points de ventes en propre France et à l'international (Belgique, Maroc notamment) alors que le groupe annonçait un objectif de 160 boutiques en 2017 lors de sa dernière levée de fonds. « *Evidemment, la période Covid a retardé les plans mais on suit notre plan de développement.* »

Mathieu Viscuso annonce ainsi l'ouverture de nouveaux magasins le mois prochain à Beauvais et Colmar et d'une dizaine d'ici la fin de l'année « *dont un en Nouvelle Calédonie.* » Les ambitions portent aussi sur l'export. « *On est très présent via le web au Benelux, en Suisse, Espagne, Italie, Portugal... mais on réfléchit à un plan de développement international avec des partenaires franchisés après s'être recentré sur la France ces dernières années.* »

Côté chiffre d'affaires, le groupe N4 Brands annonce des ventes au global à 65 millions d'euros pour l'exercice 2022. « *En progression et sur une croissance à 2 chiffres comparé au dernier exercice avant Covid de 2019 grâce à la progression des ventes mais aussi du fait qu'on continue d'ouvrir des points de vente. Notre résultat net est lui aussi positif.* »