

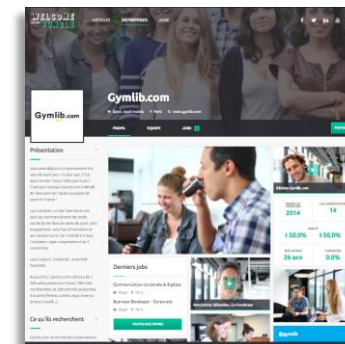


## CONTEXTE

- Problème identifié :
  - Pour réserver un hôtel, on va sur Booking.com.
  - Pour réserver un vol, on utilise Liligo.
  - Pour aller dîner au resto, on se renseigne sur Tripadvisor.
- Il n'y a pas d'équivalent aujourd'hui dans le domaine du sport. C'est impossible d'identifier autour de soi les infrastructures de sport, de comparer leurs offres (prix, équipements, services) et de réserver une séance de sport en ligne.
- Solution proposée : **la digitalisation et l'intermédiation.**
  - Airbnb est aujourd'hui le 1<sup>er</sup> hôtelier au monde sans hôtel. Demain, le premier vendeur de sport sera Gymlib.com, acteur qui ne possède aucune installation sportive.

## OBJECTIFS / CIBLES

- **Les objectifs**
  - **Bouleverser le marché du fitness** en introduisant une nouvelle forme de consommation.
  - **Démocratiser l'accès aux salles de sport** en France.
- **Les cibles**
  - Personnes voulant **découvrir 1 activité et/ou 1 salle.**
  - Personnes souhaitant **faire du sport sur une période définie** (entraînement intensif, rééducation, etc.).
  - Personnes **réfractaires à l'engagement.**
  - Personnes **en déplacement pro ou perso.**





13<sup>e</sup> ÉDITION  
DES TROPHÉES  
SPORSORA  
DU MARKETING  
SPORTIF

GYMLIB.COM

*Le fitness comme je veux*

SPORSORA  
L'ASSOCIATION DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT

## DESCRIPTION

- Aujourd'hui, Gymlib.com **agrège les offres des salles de sport et les vendent en ligne**, à la carte, à des prix négociés dans plus de 1 500 salles de sport à travers la France.
- Notre rôle en tant qu'**acteur intermédiaire** est le suivant :
  - **agréger les offres de sport**
  - **les repackager** sous différentes formes (à la carte, multi-activités, etc.)
  - **les distribuer** en B2C et auprès des entreprises
- Demain, Gymlib.com **diversifiera son offre** à d'autres sports (piscine, yoga, arts martiaux, cycling et squash). La startup **multipliera** également les **modes de commercialisation**, et notamment auprès des entreprises.
- Notre ambition : **devenir le Booking.com du sport**.

## RÉSULTATS

- **50 000 pass** (soit plus de 350 000 séances de sport) vendus.
- **Leader en France avec 1 500 structures** de sport référencées dans 700 villes de France, **soit 1/3 du marché**.
- **Croissance du CA de + 10% / mois** depuis 1 an.

