

Etude de marché

1. Présentation du marché (analyse macro)

1.1 Définition du marché

Salle de sport indoor multi-activités West Coast Academy situé à Joué-lès-tours,
Proposant du : PARKOUR - NINJA - TRAMPOLINE- POLE DANCE - CIRQUE
Adresse : 7 impasse Thimonnier 37300 Joué-lès-Tours

Cible : Jusqu'à 30 minutes de route, donc toute la Touraine

Donc dans un périmètre de 20 km - 30km pour viser large

Nature du marché :

Loisirs sportifs
Bien-être / activité physique
Activités enfants, adolescents et adultes

1.2 Dynamique du marché

Tendances internationales :

Parkour sport nouveau, né dans les années 80 en France, qui se démocratise depuis l'apparition des réseaux sociaux, de plus en plus de pratiquants à travers le monde. Sport en forte croissance qui se fait une place de plus en plus importante dans le monde des sports extrêmes comme le skate, ou l'escalade.

Développement du sport indoor (climat, sécurité, encadrement)

Les loisirs indoor connaissent une croissance fulgurante. En 2023, ce marché a dépassé le milliard d'euros de chiffre d'affaires en France, avec une progression annuelle de 15 %, portée par une demande forte d'après les évaluations du SPACE, l'association professionnelle du secteur.

<https://www.apsysgroup.com/loisirs-indoor-un-marche-en-pleine-acceleration/#:~:text=Les%20loisirs%20indoor%20connaissent%20une,l'association%20professionnelle%20du%20secteur.>

Cycle de vie du marché :

Parkour / Ninja : marché **en croissance**

Trampoline / Pole dance : marché **mature mais dynamique**

1.3 Facteurs clés de l'environnement (PESTEL – synthèse)

Politique

Le cadre politique en France soutient la pratique sportive, avec des politiques locales visant à favoriser l'accès aux activités physiques pour réduire les coûts de santé publique. Les collectivités territoriales peuvent subventionner ou faciliter l'accès à l'équipement sportif, notamment pour les jeunes ou les associations sportives, ce qui peut bénéficier à la West Coast Academy si elle s'implique dans des projets locaux ou reçoit des aides publiques.

[source](#)

Économique

Le marché du sport et des salles de sport est en croissance stable en France, avec un fort intérêt pour les loisirs sportifs et indoor. Le secteur du fitness et des loisirs indoor a connu une augmentation significative du chiffre d'affaires et du nombre de pratiquants ces dernières années, bien que l'inflation et l'incertitude économique pèsent sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Une diversification des activités, comme celles proposées par West Coast Academy, est un levier pour attirer différentes clientèles dans un contexte concurrentiel.

[source](#)

Socioculturel

Les modes de vie actuels en France montrent un intérêt croissant pour les activités sportives diversifiées, l'expérience client et les loisirs actifs, particulièrement chez les jeunes adultes et les familles. Les pratiques innovantes ou ludiques (parkour, ninja, trampoline, cirque) répondent à cette demande de variété et d'expérience sociale, au-delà de la simple remise en forme traditionnelle.

[source](#)

Technologique

L'adoption de technologies pour améliorer l'expérience utilisateur (applications de réservation, systèmes connectés, outils de suivi de performance) devient un standard sur le marché du sport indoor et favorise l'engagement client. Les salles multi-activités doivent intégrer ces innovations pour rester compétitives et répondre aux attentes numériques des clients.

[source](#)

Environnemental

—

Légal

Les salles de sport sont soumises à des réglementations strictes liées à la sécurité des installations, à la responsabilité civile, aux normes sanitaires et aux contrats d'adhésion. En France, l'entreprise doit également respecter les obligations spécifiques aux établissements recevant du public (ERP), notamment en matière d'hygiène, de sécurité et d'assurance pour ses activités physiques potentiellement à risque.

2. Analyse de la demande (clients)

Segmentation de la clientèle, avec leurs besoins et leurs motivations

La demande de West Coast Academy s'inscrit dans une **logique de segmentation socio-démographique et comportementale**, centrée sur la famille, la recherche d'expériences sportives ludiques et le dépassement de soi.

Segment 1 – Enfants (5–12 ans) & parents prescripteurs

Profil : Enfants accompagnés, issus de foyers avec parents actifs, sensibles à la sécurité et à l'éveil moteur.

Cible de communication : les parents (25 ans et +).

Besoins : activité physique ludique, développement de la motricité, cadre sécurisé et encadré.

Motivations :

Défoulement et plaisir par le jeu

Alternative aux écrans

Socialisation et découverte sportive

Offres adaptées : cours d'initiation, baby-motricité, stages vacances, anniversaires.

Segment 2 – Adolescents (13–20 ans)

Profil : Pratique entre pairs, forte sensibilité à l'image et aux tendances, recherche d'expériences immersives.

Besoins : challenge, reconnaissance sociale, activités spectaculaires.

Motivations :

Dépassement de soi et montée en compétences

Appartenance à un groupe

Valorisation sur les réseaux sociaux (TikTok, Instagram)

Offres adaptées : stages intensifs, événements thématiques, défis et compétitions amicales.

Segment 3 – Adultes (20–45 ans)

Profil : Étudiants, jeunes actifs et jeunes parents, sportifs occasionnels ou amateurs d'activités alternatives.

Besoins : activité physique efficace, accessible et différenciante.

Motivations :

Alternative ludique aux salles de sport traditionnelles

Bien-être, santé et remise en forme

Expérience sociale et conviviale

Pratique sportive partagée avec les enfants

Offres adaptées : cours adultes encadrés, abonnements, formules famille, événements.

3. Analyse de l'offre (concurrence)

3. Analyse de l'offre concurrentielle

3.1 Concurrence directe

Le principal concurrent direct de **West Coast Academy** est la salle **Upside**, située à Saint-Avertin. Ce concurrent propose des activités très proches, notamment le parkour, ce qui le positionne comme une alternative directe pour les pratiquants de la zone tourangelles. À l'origine affiliée à West Coast Academy, Upside s'est détachée de la marque et évolue désormais comme un acteur indépendant.

La salle bénéficie d'une localisation attractive en périphérie de Tours, avec des infrastructures plus vastes et plus récentes, ce qui lui confère une qualité perçue supérieure. Son positionnement tarifaire est plus élevé, proche de celui des salles d'escalade de bloc. L'offre est davantage centrée sur l'escalade, complétée par du parkour, du ninja et du trampoline.

3.2 Concurrence indirecte

West Coast Academy fait également face à une concurrence indirecte composée de l'ensemble des loisirs payants et sportifs présents en Touraine. Cela inclut les cinémas, escape games, parcs de trampoline, salles d'escalade de bloc, accrobranches et plus largement les salles de loisirs sportifs indoor. Ces acteurs ne proposent pas la même offre, mais répondent au même besoin de divertissement, de dépense physique et de sociabilité.

3.3 Positionnement de West Coast Academy

West Coast Academy se positionne comme une salle multi-activités à dominante parkour, avec une forte identité communautaire. L'ambiance est familiale, inclusive et orientée vers la progression, avec un cœur de clientèle très engagé. La politique tarifaire se situe sur une gamme moyenne à basse, favorisant l'accessibilité et la fidélisation face à une concurrence parfois plus premium.

4. Diagnostic stratégique (synthèse)

4.1 Analyse SWOT

Forces

- La plus grande air parkour du département
- Une forte personal brand portée par Charles Brunet
- Une communauté active et engagée sur les réseaux sociaux
- Une offre diversifiée alignée avec les sports tendance
- Un public large allant des enfants aux adultes
- Une flexibilité tarifaire favorisant l'accessibilité

Faiblesses

- Une notoriété locale encore perfectible
- Une offre perçue comme complexe pour les nouveaux clients
- Une dépendance à la localisation géographique

Opportunités

- La croissance des sports alternatifs et expérientiels
- Le développement de l'événementiel sportif et privé
- Des partenariats avec les écoles et les entreprises
- Les difficultés financières du principal concurrent direct
- L'obtention de la certification Qualiopi permettant l'accès au CPF pour des formations professionnelles

Menaces

- La concurrence globale des loisirs indoor et outdoor
- La pression inflationniste sur le pouvoir d'achat

Les risques liés à la sécurité et à la responsabilité

L'évolution des tendances sportives, notamment l'essor du bloc au détriment du parkour

5. Conclusion de l'étude de marché

Le marché des loisirs sportifs indoor présente une attractivité globale forte, portée par l'évolution des modes de vie et la recherche d'expériences sportives alternatives. Le potentiel de développement local est réel, notamment grâce à une demande familiale et jeune adulte en croissance.

L'offre de West Coast Academy apparaît cohérente avec les attentes du marché, différenciante par son ADN parkour et communautaire. Les principaux enjeux à court et moyen terme résident dans le renforcement de la notoriété locale, la clarification de l'offre et la sécurisation du positionnement face à l'évolution des tendances sportives.