

## Les Cercles de la Forme musclent leur capital



Le réseau de fitness devient le numéro 1 parisien grâce à la puissance de feu de Montefiore, entré à 60 % du capital pour orchestrer des build-up et table sur 30 M€ de chiffre d'affaires en 2017.

C'est la course à la croissance pour Les Cercles de la Forme, **passé de 18 salles à 32** en l'espace de quelques semaines. La chaîne parisienne de fitness, créée il y a quarante ans par l'ancien judoka **Bertrand Bonelli (photo en bas)** et son épouse, vient d'accorder **60 % de son capital à Montefiore**, qui rachète **les 20 % détenu par CM-CIC Investissement depuis 2013** (lire ci-dessous) et permet au couple dirigeant de réaliser **une part de cash-out**. L'opération intermédiée par **Pax Corporate Finance** n'est pas « leveragée » pour ménager des marges de manœuvre au financement des *build-up* déjà réalisés et encore à venir.

« Les dirigeants ont voulu accélérer la croissance du Groupe pour en faire le leader parisien dans un contexte de redistribution des cartes pour le secteur des salles de sport confronté à la montée en puissance de nouveaux acteurs et à l'accélération de la digitalisation du secteur », commente **Frédéric Wagnies directeur d'investissement chez Montefiore**, qui signe là le cinquième investissement de son fonds IV doté de 420 M€ mi-2016 (voir sa fiche annuaire ci-dessous).

### De 18 à 32 salles

Dans la foulée du *closing* en juillet, Montefiore a ainsi orchestré la reprise des 4 salles parisiennes de l'ASPTT, le rachat des 2 principaux sites de la société Club Montmartrois, acteur historique de la butte Montmartre implanté dans ce quartier depuis plus de 50 ans, et viennent de signer la reprise de Fitness Price, acteur parisien en fort développement qui compte 7 sites (4ème, 9ème, 11ème, 12ème, 13ème, 14ème et 18ème arrondissements). Les Cercle de la Forme passe ainsi d'un réseau de 18 centres de fitness à 32 et table sur un chiffre d'affaires de **30 M€ pour 2017, contre 12 M€ en 2014** après la reprise du réseau Vit-Halles (lire ci-dessous). Cette montée en puissance le hisse au premier rang des acteurs parisiens du secteur, devançant CMG Sports Clubs (l'ex Club Med Gym) et ses 23 sites intra-muros.

### Atteindre un Ebitda à 25 %

La chaîne au positionnement moyenne gamme, avec **un panier moyen de 40€**, concentre pour l'heure son développement sur la capitale et sa proche banlieue, ciblant une clientèle de trentenaires et quadra soucieux d'un maillage important de la ville pour éviter les salles saturées de la concurrence plus *low-cost*. Employant **300 salariés et 80 auto-entrepreneurs**, la chaîne mise sur la différenciation de son offre « **best value for money** » qui combine l'attractivité tarifaire à une large palette de cours collectifs et une souplesse dans les prestations (des services facturés en option comme l'accès aux douches ou le prêt de serviettes). L'objectif est de réussir à greffer ces nouvelles acquisitions et à calquer leur mode de fonctionnement sur le noyau historique pour **retrouver un Ebitda supérieur à 25 %, contre 15 % actuellement pour le périmètre consolidé**.