

## De USA a Turquía: RSG Group fija su hoja de ruta internacional sin expandir su marca McFit

El grupo alemán desvela en *Palco23* su plan de expansión internacional para los próximos años, que pasa por entrar en Suiza, Turquía y Francia con la cadena de clubes urbanos John Reed Fitness, y en Los Ángeles con su primer centro *premium*.

Patricia López  
8 may 2019 - 04:59

De USA a Turquía: RSG Group fija su hoja de ruta internacional sin expandir su marca McFit

Han pasado dos décadas desde que McFit abrió el primero de sus 250 gimnasios en Europa, y la compañía considera que ha alcanzado el grado de madurez necesario para abandonar su zona de confort, crecer en mercados inexplorados, y hacerlo sin depender de su marca original. El grupo, rebautizado como RSG, ultima su entrada en Francia, Suiza y Turquía, donde abrirá sus primeros centros con la marca John Reed Fitness, según ha podido saber *Palco23*.

Tras años centrando su operativa, Austria, Polonia, Italia y España, la dirección de la cadena considera que ha llegado el momento de crecer en otros países y hacerlo aprovechando la intensa diversificación que ha experimentado el grupo con la creación de doce marcas vinculadas al deporte, el bienestar, el arte y la restauración. La firma en la que pivotará su expansión por Europa será John Reed, una cadena de clubes de estética urbana, que cuenta con 23 locales en Alemania, Italia y Hungría.

El plan trazado por el grupo contempla una apertura en Zurich en mayo, otra en Estambul durante el segundo semestre de 2019 y una más en París entre enero y junio de 2020. “Estamos interesados en otras ciudades de Europa y otros continentes, pero aún no podemos especificar donde ganaremos presencia”, explica a este diario Vito Scavo, director de operaciones de RSG Group.

## En España, el grupo continuará creciendo con la marca McFit y prevé aperturas en Zaragoza y Barcelona

El directivo, que está al frente de la expansión internacional de la compañía y es el consejero delegado de McFit en Italia, sostiene que “hemos decidido entrar en otros países porque el *fitness* es el deporte más practicado en el mundo, y es un mercado que ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años”.

De ahí que el grupo haya decidido dar el salto a la meca del deporte, Estados Unidos. “Es el país donde se originó el *fitness* moderno; hemos decidido entrar con un club que se dirige al segmento *premium* y que ofrece *wellness* y cocina de primer nivel”, explica, sobre el primer centro de la marca a marca Fitness & Social Club. La instalación abrirá en Los Ángeles a finales de 2019.

En España, en cambio, los planes pasan por seguir operando la marca original, la *low cost* McFit, que a cierre de 2017 había facturado 25,6 millones de euros. “Planeamos abrir en Zaragoza y Barcelona, a los que seguirán otras ubicaciones en 2020”, anticipa. El directivo reconoce que la expansión “presenta una serie de desafíos, como las diferencias culturales, la competencia o las barreras idiomáticas, y que en el caso de España son disposiciones legales desconocidas para nosotros”. Con todo Scavo afirma que “no son obstáculos para nosotros”, y asegura que “continuamos creyendo que el crecimiento sostenible de McFit en España”.

La empresa tiene 36 gimnasios en el país y su principal área de influencia es la provincia de Barcelona, donde cuenta con once clubes. Le siguen la Comunidad de Madrid, con siete; Andalucía, con seis; la Comunidad Valenciana y Galicia, con tres en cada territorio, y País Vasco, Castilla La Mancha, Castilla y León, Murcia y Mallorca, con uno.

En 2016, el grupo facturó 305,1 millones de euros, un 8,1% más, y disparó su beneficio hasta 28,5 millones, un 27,6% más, lo que ayudó a compensar las pérdidas de McFit en España, que en 2016 acumulaba unos números rojos de 37,8 millones, según la memoria anual de las cuentas.