

FITNESS

Vita Liberté 'pincha' en España y sus franquicias se pasan a WUW Fitness

M.Menchén
6 may 2016 - 05:00

No todas las cadenas internacionales que llegan a España acaban cuajando. Y uno de los ejemplos más recientes es Vita Liberté, cadena francesa de bajo coste que inició operaciones en el país hace un año y que, ahora, ve como la mayoría de sus franquiciados han decidido cambiar de marca. Se trata de When U Want (WUW) Fitness, un concepto de reciente creación y por el que han apostado los gimnasios que había en Barcelona, L'Hospitalet de Llobregat, El Prat, Badalona y Valencia.

Una portavoz de WUW confirma el cambio. "Salimos del *low cost* y apostamos por el seguimiento personalizado", indica, para asegurar que el equipo que se encargará de desarrollar la franquicia en España es el mismo que en los últimos doce meses apostó por Vita Liberté.



El cambio de marca se está empezando a implantar en todos los centros, como éste de Valencia.

En este sentido, explican que han rescindido el acuerdo de masterfranquicia y firmado uno con la también gala WUW Coiffure, por el que desarrollarán su formato de peluquería con tarifa plana en el país y empezará a implantar de cero su versión en *fitness*

. El cambio ha convencido a la mayoría de franquiciados, aunque algunos han decidido no aceptarlo. En Málaga, por ejemplo, también se ha dejado de utilizar el *branding* de Vita Liberté, aunque se ha convertido en un independiente bajo la marca Koncepto Fitness.

Este diario ha intentado contactar con la compañía fundada por Emmanuel Giobbi y Stéphane Cruciani para saber si los cambios se deben a la salida definitiva de la cadena de España o si optarán por buscar un nuevo socio, ya que el plan inicial pasaba por alcanzar los 70 centros. En Francia, por lo menos, sí han seguido creciendo al pasar de 69 a 97 centros en el último ejercicio.

Más allá de los motivos del cambio, sobre los que no se ha querido dar detalles, lo que sí está claro es que When U Want Fitness ya ha empezado a buscar nuevos franquiciados, con un modelo que, defienden, "prioriza el placer del deporte para una vida saludable. Porque la motivación, la alimentación y el buen ambiente son igual de importantes que el programa de entrenamiento, los clientes se beneficiarán de un seguimiento deportivo y nutricional", aseguran en su página de Facebook.

Eso sí, han decidido mantener la tarifa de 19,9 euros al mes, con una cláusula de permanencia de un año, y los horarios habituales del *low cost*: de 6 horas a 24 horas durante todos los días del año. Además, aseguran que siendo cliente de uno se puede entrar a cualquiera de los otros centros que operan bajo la nueva enseña, que estuvo presente en la última edición de Expofranquicia 2016.

La inversión inicial de sus conceptos oscila entre los 60.000 euros y los 300.000 euros, a lo que hay que añadir un canon de entrada que sitúan en una horquilla de entre 6.000 euros y 24.000 euros. Con Vita Liberté, según explicó en su día Ibáñez a *Palco23*, "la inversión requerida para abrir un centro de esta marca oscila entre 120.000 euros y 140.000 euros", según Ibáñez. De cumplirse sus cálculos, el retorno de la inversión se lograría en un período de entre tres y cinco años, ya que consideran que uno de sus centros puede facturar un mínimo de 100.000 euros anuales y hasta medio millón en el mejor de los casos. Precor continúa como el proveedor de la maquinaria de entrenamiento.

Presencia de los operadores internacionales

El caso de Vita Liberté contrasta con la evolución experimentada por otros operadores internacionales que han llegado a España, aunque otra francesa como Simply Gym tampoco ha acabado de cuajar y sigue con una sola instalación en Barcelona después de más de un año aquí.

En cambio, Curves, que aterrizó con un concepto de gimnasio exclusivo para mujeres, asegura ya contar con 111 centros franquiciados, mientras que Anytime Fitness ya ronda la veintena. Snap Fitness, un claro competidor de este último por filosofía de gimnasio, acaba de llegar al mercado nacional con dos centros ya operativos y otros dos firmados.

Alejados del modelo de la franquicia, hay otros dos operadores que han demostrado su clara apuesta por España, con estrategias de expansión diferentes. Basic-Fit, que lidera Dani Fragoso, ha decidido concentrar su implantación en la Comunidad de Madrid, con 26 gimnasios, para aprovechar las sinergias en marketing, mientras que McFit ha creído más certero ir abriendo en distintas ciudades del territorio y ya posee una red de 31 instalaciones.