DATE 13 octobre 2026

Fitness. La belle histoire du Français N4 Group se poursuit en Bourse

Avec son entrée en Bourse, le groupe français de fitness et de nutrition sportive entend accélérer son développement européen. Il mise sur ses 14 marques et les influenceurs, mais écarte pour l'heure le sponsoring sportif.

L'histoire débute en 1999, en Isère, précisément à Voiron. Vingt-sept ans plus tard, elle se poursuit à Paris, au Palais Brongniart, siège symbolique de la Bourse. Cette histoire, c'est celle de deux frères, Stéphane et Mathieu Viscuso. Le duo a fondé N4 Group, devenu un acteur qui compte dans le fitness et la nutrition sportive en France. Vendredi 9 octobre 2026, l'entreprise a annoncé son introduction en Bourse sur Euronext Growth Paris. L'offre initiale porte sur 50 millions d'euros : 7 millions via une augmentation de capital et 43 millions via des cessions de titres par des actionnaires historiques, a-t-il été précisé lors d'une présentation à la presse.

« En 1999, ce sont deux frères passionnés de sport qui ont voulu créer un acteur de portefeuille de marques chacune spécialisée, raconte Stéphane Viscuso, président du groupe. Dans notre esprit, et toute proportion gardée, il y avait la volonté de se rapprocher de modèles tels LVMH et Procter & Gamble ». Sur l'exercice 2025/2026, N4 Group a réalisé 91,1 millions d'euros de chiffre d'affaires, en hausse de 31%. Désormais, la barre des 150 millions d'euros est visée pour 2029. L'international devrait représenter 10% du chiffre d'affaires à cet horizon.

Concurrence des géants agroalimentaires

« Avec cette entrée en Bourse, l'objectif est de devenir le groupe leader du fitness et bien-être en Europe, ambitionne le dirigeant. Le tout en restant un groupe familial, ce qui fait notre singularité et notre force. Notre modèle est unique avec 14 marques propriétaires allant des équipements sportifs à la nutrition sportive. S'ajoute à cela le réseau de distribution FitnessBoutique et ses 115 points de vente ».

En Europe, le marché de la nutrition sportive pèse 5,5 milliards d'euros. Selon N4 Group, il représentait 380 millions d'euros en France en 2025. Les marques historiques cohabitent avec les nouvelles venues et celles lancées par les grands groupes agroalimentaires : Danone avec HiPro ou Lactalis avec Apurna. « C'est un marché ultra concurrentiel et dynamique, assure Stéphane Viscuso. Depuis l'épisode Covid, ces produits touchent de plus en plus le grand public. Le fitness et la nutrition sportive sont devenus des tendances lourdes ».

La puissance des influenceurs

En France, le marché du fitness compterait près de 7 millions de pratiquants et 7 000 salles de sport privées, comme l'expliquait à SportBusiness.Club Pierre-Jacques Datcharry, rédacteur en chef du magazine professionnel Fitness Challenge. Cette effervescence s'explique aussi par l'essor des influenceurs fitness, comme Tibo InShape, premier youtubeur de France avec plus de 26 millions d'abonnés.

En 2019, N4 Group s'est associé à cette personnalité afin de devenir licencié exclusif de sa marque Inshape Nutrition. Le groupe français fabrique et commercialise ses produits, puis verse des royalties au créateur de contenus. En 2026, Inshape Nutrition pèse près de 15 % de l'activité globale du groupe. En 2021, l'opération a été répétée avec Sissy Mua, spécialiste des vidéos de fitness et de Pilates, autour de la marque TSE Nutrition.

Bien implanté sur son marché, le groupe français souffre toutefois d'un manque de notoriété. « C'est vrai que nous avons besoin d'accélérer sur ce plan, concède Stéphane Viscuso. Cette entrée en Bourse est un message ». Interrogé par SportBusiness.Club sur de potentielles ambitions en sponsoring sportif, le dirigeant s'est montré ferme. « Nous adorerions sponsoriser des clubs et des événements sportifs mais la réalité est que chaque euro dépensé doit garantir des retombées et pour l'instant nous n'avons jamais réussi à calculer ce ROI : donc ce n'est pas prévu ».

© SportBusiness.Club – octobre 2026