



## SPORT ACHAT 2022 LE BILAN

### Difficile d'imaginer meilleur retour

Des sourires, de la bonne humeur, des exposants et visiteurs enthousiastes... Le plaisir de renouer avec un salon professionnel incontournable du paysage tout simplement. *« On aurait difficilement pu espérer un meilleur retour après la dernière édition de 2019, se réjouit Mathieu Kurtz, PdG de Sportair en matière d'exposants, de visiteurs mais aussi d'ambiance et de volume d'affaires réalisé par les marques d'après les retours qu'elles ont pu nous faire. »*

Au lendemain d'une période de vacances d'hiver aussi intense que cruciale pour les magasins de station conclue sur un taux d'occupation de 87% (en hausse de 6% par rapport à l'hiver 2019-2020\*) et globalement d'une belle saison pour la plupart des massifs couplée à un assouplissement des mesures sanitaires (masque non obligatoire puisque salon soumis au passe vaccinal), les feux étaient en effet tous au vert pour une édition 2022 réussie.

Il suffisait d'arpenter les allées pour prendre le pouls de cette édition. Marques de matériel, de textile ou d'accessoires, détaillants, étudiants et autres visiteurs professionnels du secteur s'accordent à l'unanimité sur le succès de cette édition.

*« Si la crise du Covid a accéléré le développement et l'utilisation d'outils digitaux qui ont désormais parfaitement intégré nos modèles, ces trois jours à Eurexpo ont prouvé que rien ne venait remplacer pour autant un salon professionnel, note Mathieu Kurtz. Les échanges, achats et ventes ne sont jamais plus fluides et pertinents que sur un rendez-vous physique comme celui-ci. Et il semble difficile de remplacer à la fois l'interaction et la profondeur d'offres générée par ce salon. »*

Et si ce salon se distingue comme étant plus prolifique qu'en 2019 sur le baromètre tant de l'enthousiasme que du volume d'affaires global généré, il a par ailleurs été le support d'échanges nécessaires et nourris sur les sujets épineux du moment que sont les problématiques de supply chain, de livraisons, d'approvisionnement ou encore de hausses des prix des matières premières et des produits.

Il a été question, aussi, de se projeter sur l'avenir et sur l'évolution du marché notamment à travers des conférences sur des thèmes incontournables pour la filière du ski et du sport en général que sont la digitalisation, le développement durable & économie circulaire, la formation des équipes ou encore les innovations.

\* Observatoire national des stations de montagne de mars 2022.

**4 termes omniprésents dans les allées de Sport Achat :**

### « **Digitalisation** »

« C'est la première année que nous avons autant de détaillants qui se présentent spontanément sur le stand pour nous faire part d'une volonté de digitaliser leurs magasins et d'optimiser le parcours client. Ces deux dernières années ont été éprouvantes pour tous les acteurs mais on a ressenti, sur le salon, le vent d'une nouvelle énergie et de volontés enthousiasmantes. »

**Damien Francou, directeur général adjoint Ginkoïa**

Support d'une conférence le mercredi, le digital était aussi au cœur des présentations de la marketplace CXMP, outil de business complémentaire au salon pour conserver le lien tout au long de l'année et présentée sur un stand durant les trois jours.

### « **Economie**

### **circulaire** »

Avec un large volet accordé aux conséquences de la loi Agec sur l'industrie du sport et notamment la filière de responsabilité élargie du producteur (filière REP), l'éco-contribution désormais en vigueur pour les articles de sport et loisir et le financement d'un éco-organisme permet à la réutilisation, le réemploi et le recyclage des articles de sport. «Aujourd'hui, cette nouvelle législation paraît complexe et contraignante parce qu'elle n'a pas toujours été appréhendée et que l'éco-contribution peut être difficile à absorber pour certains acteurs mais dans quelques années, elle sera parfaitement intégrée », a indiqué **Vanessa Montagne, directrice Nouvelles Filières chez Ecologic**. « Cela répond à une attente des consommateurs donc c'est une opportunité à saisir. C'est compliqué car notre secteur est très hétérogène mais nous avançons, tous ensemble, pour relever le défi et gérer la fin de vie de nos produits qui est un vrai problème environnemental. » dit **Pierre Gogin, président de la commission développement durable de l'USC**.

### « **Reconnexion** »

« Notre présence sur Sport Achat nous a permis de continuer de nous reconnecter avec nos détaillants, notre distribution. Nous sommes vraiment contents d'avoir pu être à nouveau présents sur cet événement. »

**Julien Tournier, responsable marketing et influence chez Atomic**.

« Cette édition a été l'occasion pour Picture de renouer avec l'événement après 2 ans d'interruption. Le bilan est positif. Cela nous a permis d'être au contact des autres marques, d'échanger sur la période passée et sur le trend de l'hiver 22/23 en ce qui concerne le sale in. Nous avons maintenu notre présence même si les deadline pour les commandes textile étaient passées. Cela nous a permis de présenter une partie de notre nouvelle collection et quelques silhouettes clés. Beaucoup de nos clients ont répondu présent et nous avons ainsi parfaitement clôturé notre campagne FW 22/23. »

**Grégory Loviton, directeur commercial Picture Organic Clothing**

### « **Rendez-vous incontournable** »

« Le bilan de ce salon est très positif pour le groupe Sidas et quel plaisir de retrouver cette atmosphère de travail, ces sourires et cette envie d'anticiper des achats pour bien préparer la prochaine saison. Ce salon nous paraît toujours aussi indispensable. Même pour des détaillants qui avaient déjà pu passer commande, il est toujours bon de les revoir pour ajuster si besoin, ou simplement leur présenter l'ensemble des produits de nos marques en configuration showroom. La fréquentation doit parler pour elle-même, les détaillants ont répondu présents en provenance des Alpes évidemment mais aussi du Sud, des Pyrénéens et même de l'Île de France. »

**Yann Fournier, chargé de missions marketing Groupe Sidas**.

Prochain rendez-vous : Next Summer les 27 et 28 Juin à Savoieexpo, Chambéry

[www.next-summer.com](http://www.next-summer.com)