



**SPORT
ACHAT
HIVER
FÊTE SES
20ANS !**

SPORT ACHAT, LE VIRAGE ACCOMPLI DES 20 ANS

Se souvenir de son parcours et de son histoire, entretenir son identité mais évoluer vers les besoins actuels du marché et se tourner vers le futur... C'est l'équilibre délicat qu'est parvenu à trouver Sport Achat pour cette édition 2023 qui marquait son 20e anniversaire.

Un cap symbolique donc pour le **1er salon professionnel du sport en France** porté à l'origine par celui qui était dans toutes les pensées, notamment lors de la soirée anniversaire, Philippe Chenu. Avec un pari pour Sportair, organisateur depuis 2003 : celui **d'un changement de dates avec une avancée fin janvier** contre mars jusqu'alors pour répondre aux impératifs des calendriers de commande qui ont profondément évolué ces dernières années.

Une date stratégique à la croisée des commandes textiles, matériels et accessoires

« **Le bilan est positif et la pertinence du changement de dates est confirmée et validée par la profession**, constate Mathieu Kurtz, Pdg du groupe Sportair. *Sport Achat s'est adapté et redevient ainsi l'outil qu'il était à ses débuts en se positionnant sur la meilleure date de conjonction entre la fin des commandes textile et le début de celles du matériel et des accessoires.* »

À noter le retour, grâce à ces nouvelles dates, de marques de textile majeures à l'instar de Peak Performance, Norrona, Descente ou Phenix - pour ne citer qu'elles- quand celles de matériel ont toutes répondu à l'appel... « *C'est un cercle vertueux et les synergies sont évidentes entre ces typologies de produits.* » La promesse d'origine est donc ainsi tenue plus que jamais : « *Un commerçant qui récupère les clés d'un magasin vide **possède l'offre complète pour remplir tous ses rayons sur Sport Achat*** ». Au final, **près de 500 marques** exposantes se sont réunies sur une **surface de 20 000m2 d'exposition, supérieure donc d'environ 15%** à l'édition précédente.

« *Nous avons fait **une soixantaine de rendez-vous sur le salon**. La **date est très pertinente** par rapport à nos prises de commandes. Sport Achat est un outil performant qui nous permet **de gagner un temps précieux** durant l'hiver.* »

Jonathan VILLANUEVA – National Sales Manager Lutha

« *Les dates s'inscrivent bien dans le calendrier et nous saluons **cette très belle édition dynamique marquée par une forte présence de marques et de visiteurs**. Avec une anticipation des rendez-vous en amont, **nos clients étaient au rendez-vous, dès le lundi.*** »

Laurent PACAUD – Agent Français Alps & Meters

Un visitorat stable mais plus qualitatif

Jamais simple de bousculer les habitudes et d'en provoquer de nouvelles dans un calendrier déjà complexe pour les

détaillants comme les marques ! Et pourtant, **les visiteurs ont répondu à l'appel** de ce nouveau format avec une stabilité de la fréquentation en moyenne sur les trois jours par rapport à la dernière édition.

« *Un gros travail a été mené par Sportair sur les visiteurs non captifs pour augmenter le nombre de détaillants purs et la démarche a été fructueuse.* »

Le spectre de la grève nationale très suivie du mardi n'a par ailleurs pas trop impacté la fréquentation hormis pour les détaillants en provenance des Pyrénées. Axe de travail, par ailleurs, à renforcer pour les prochaines éditions : dynamiser la journée du mercredi, traditionnellement plus calme et donc sur laquelle les détaillants bénéficient de plus de temps d'accueil sur les stands qu'en début de semaine.

« *J'ai vu **beaucoup de clients pendant 3 jours, un gain de temps** conséquent sur ma tournée commerciale* ». **Clément COLLOMB-PATTON – Responsable Communication Nic Impex**

« ***Les trois journées ont été bien remplies** et nous avons vu **un nombre important de magasins** pour présenter nos différentes gammes textiles, matériel et accessoires.* »

Lucas SALLET – Responsable Communication & Marketing Opérationnel France Rossignol

Et demain ?

La formule de janvier ayant été plébiscitée, l'ambition est désormais de développer encore davantage l'intérêt de la formule auprès de détaillants des quatre coins de l'Hexagone pour s'ajouter aux commerçants implantés dans les différents massifs français déjà fidèles au concept. L'objectif sera également de renforcer la position de Sport Achat **comme support aux journées d'achat des centrales** comme ce fût le cas cette édition encore lundi et mardi pour le groupe Skimium/Skiset et le retour de Sport 2000 sur les 3 jours comme « exposant enseigne ».

Sport Achat, un héritage à entretenir

Vecteur d'échanges et de partages, la soirée anniversaire du lundi soir a notamment permis de réunir des acteurs forts de l'industrie pour témoigner de leur attachement et leurs anecdotes relatives à ce rendez-vous. De Johann Personnaz (Sunset Sports) à Philippe Jeanmonnot (Espace Montagne Pontarlier) en passant par Arnaud Benoist (Sport2000) ou Philippe et Nicolas Simond (Amatéis). Avec une pensée émue adressée par l'ensemble de la communauté à Philippe Chenu, décédé l'automne dernier et père fondateur de Sport Achat.

Un support de réflexions, échanges et innovations

Sport Achat entretient cette vocation de **facilitateur de business et de centralisation des prises de commande** mais pas seulement... Comme lors de chaque édition, les trois jours ont été le support de **conférences thématiques aussi éclectiques qu'enrichissantes**. Des produits phares présentés par les start-ups de la Fresh Zone par Daniel Ronzeau (CNPC Sport Business Campus), au thème crucial pour les magasins du bootfitting nourri notamment par Benjamin Couton (Sidas Academy), Gilles Marquette (Orthésiste en podologie et Bootfitting du sport), et Guillaume Rastello (La Base Boots&Shoes Camp) en passant par le non moins essentiel thème de la circularité illustré par Brice Blancard (UNION Sport & Cycle), Laure Jarlaud (Rossignol) et Hugo Schuhmann (Ecologic).

Pour la première fois, le salon a également accueilli **les pitches et la cérémonie du French Outdoor Awards**, concours d'innovation dédié aux produits et services typés sports outdoor proposé depuis 2016 par l'Outdoor Sports Valley. Pas moins de 23 marques ont ainsi pitché leur concept avant la délibération du jury. La remise des Awards a ainsi permis de distinguer le VAE Relief by Cyclik (Award Innovation), le tee-shirt anti-noyade Floatee (Award Start-Up), le ski Essential Rossignol (Award Sustainability) et les skis et snows connectés Black-Line (Award Digital).

« *Sport Achat est **un rendez-vous indispensable** pour notre entreprise haut savoyarde. Nous avons deux objectifs pour cette édition : présenter un casque de ski 100% made in France et notre nouvelle marque de ski canadienne RaCCOON. Ce salon est l'occasion pour nous **de renforcer nos relations commerciales** avec*

nos clients mais c'est également l'occasion de juger les tendances du marché et de discuter avec les autres acteurs de l'outdoor. »

Jordan PRIEUR - Commercial Haute Savoie/Massif Central GB Diffusion

*« Une toute première édition pour notre marque sur Sport Achat. C'est un très bel outil pour la faire connaître et entrer en contact avec des distributeurs. J'ai eu l'opportunité d'échanger avec les acheteurs du réseau Skiset, **ce salon offre de réelles opportunités de développement** pour nous. L'espace Fresh Zone est adapté à nos besoins et est très bien situé à l'entrée du salon »*

Damien AVALLONE – CEO Pacito (Fresh Zone)

Prochain rendez-vous professionnel

Next Summer la version été de Sport Achat qui se déroulera les 19 et 20 Juin à Savoieexpo, Chambéry.

Plus d'infos : www.next-summer.com

Contact Presse :

Lorena RONDI – lorena@sportair.fr – 06 48 29 11 54