



## Une 16<sup>ème</sup> édition qualitative pour SPORT-ACHAT HIVER qui s'est déroulé du 6 au 8 mars 2017, à Lyon

Les difficultés climatiques du début de saison n'auront pas eu raison de la fréquentation de SPORT-ACHAT, puisque les visiteurs du cœur de cible étaient bien présents malgré une légère baisse de fréquentation générale par rapport à l'an dernier. 1526 sociétés (magasins de stations, de plaines et de villes, vendeurs, loueurs...) se sont déplacées à Lyon, à la rencontre des 620 marques rassemblées pour l'occasion. 3600 décideurs ont passé de 1 à 3 jours à découvrir les tendances, les nouvelles marques, repérer les pépites, confirmer des pré-sélections, passer quelques ordres, et peaufiner leur budget d'achat prévisionnel. SPORT-ACHAT est bien plus qu'un salon : c'est un point de convergence où équipementiers, guides, moniteurs, athlètes, stations et magasins échangent sur les enjeux de la filière des sports d'hiver et de montagne...sans oublier la convivialité qui est incontestablement le supplément d'âme de ce rendez-vous d'affaires à taille humaine.

Toujours très fréquenté, l'univers du matériel confirme son dynamisme avec notamment le développement du ski de randonnée qui se confirme comme une tendance de fond (skis, fixations, DVA, peaux de phoque, etc). Marchés de niches, démocratisation, location...autant de termes qui auront illustré les échanges sur le développement de la rando entre marques et distributeurs. Dans la foulée du SNOW AVANT-PREMIÈRE et du SKI TEST TOUR, organisés par SPORTAIR courant janvier, les marques récoltent les fruits des tests sur SPORT-ACHAT en accueillant sur leurs stands des magasins prêts à passer commande.

Quant aux marques textiles, elles suivent la tendance et soignent le style et la performance confort/chaleur/protection/légèreté : laine bouillie, laine rustique - combinée ou pas – avec des matières techniques de plus en plus légères ; stretch all over ; multi-couches, finitions soignées, sans couture. Temps fort du calendrier pour tous les accessoires sans exception, les exposants de SPORT-ACHAT enregistrent des ordres.

Conférences, exposition Winter Awards, Espace Crème Fraîche, Expérience Virtual Reality ont enrichi le programme de ces trois jours.

### « Une édition qualitative » selon les visiteurs

Les visiteurs fidèles et les nouveaux venus s'accordent à dire que l'offre du salon est de plus en plus qualitative et que le salon monte régulièrement en gamme.

**GO SPORT Chamrousse (38) et CHULLANKA (06)** « il est facile de se repérer à SPORT-ACHAT. – **MOUNTAIN HOUSE à Cauteret (65)** confirme qu'il effectue 50% de ses commandes avant le salon et 50% après avoir rencontré les exposants : « Cette année, j'ai assisté à une conférence particulièrement intéressante sur la compatibilité des chaussures et des skis, une problématique partagée par tous ». **SPARTOO.COM (38)** avoue que SPORT-ACHAT est le salon qu'il préfère pour son offre et son organisation. **INTERSPORT Lempdes (63)** prend soin de prendre ses rendez-vous avec les marques en amont du salon. **Le GROUPE DANISPORT (73) et ses enseignes PRECISION SKI et SKI REPUBLIQUE** présent pour la deuxième fois, rejoint les enseignes-partenaires, SPORT 2000, GO SPORT, SKISET. En 2016, DANISPORT a eu 10 contacts dont 4 recrutements d'affiliés dans le Massif Central, Les Alpes, et Pyrénées

Là aussi, on peut évoquer une belle histoire de transmission avec **PLANETE BLANCHE Montgenèvre (05)** qui confie qu'il a connu le salon grâce aux anciens gérants du magasin dont il a repris l'activité « Nous passons 2 jours complets sur le salon depuis trois ans et c'est un gain de temps formidable ». **TECHNOSURF PROSHOP à Genève (CH)** est « impressionné par l'organisation et apprécie l'enchaînement des skis tests avec les journées d'achat de Lyon ». **JEAN BLANC SPORTS à Courchevel (73)** passe, depuis toujours, une journée complète avec 5 personnes de son équipe (directeurs de magasins, vendeurs textile homme et femme, responsable accessoires) à la recherche des nouveautés et pour confirmer des commandes complémentaires auprès d'une

quinzaine de fournisseurs : « J'ai même découvert une nouvelle marque d'après-ski ! ». Visiteur pour la troisième fois, **SPORT 2000 Anet (28)** confirme qu'il passe 1 journée : « Nous sommes deux et l'objectif est de voir le plus de marques possibles ».

Les magasins viennent pour repérer une offre qui concerne aussi bien les débutants, les découvreurs que les avertis. Comme le souligne **Mathieu KURTZ**, commissaire du salon... « SPORT-ACHAT, c'est presque mille et une façons de pratiquer 3 journées d'achat ». Chaînes, groupements et magasins indépendants de l'hexagone témoignent de leurs pratiques.

### **SPORTAIR signe un accord avec Stan POLO pour accélérer son développement ibérique**

Fort de son expérience en France, SPORTAIR se développe à l'international en commençant à faire connaître ses événements B2B au marché ibérique, reconnu pour être très dynamique. En 2016, le marché du sport (textile, chaussures, accessoires) en Espagne atteint les 4.525 millions d'euros avec une croissance de +6,5%.\* SPORTAIR vient de signer un contrat avec Stan POLO de l'agence SPOLIK, expert du marché grâce à son expérience SPORT JAM et GLISS EXPO. Son rôle sera de recruter non seulement des marques en fonction de leur positionnement outdoor, cycle, montagne, glisse...mais aussi d'attirer des acheteurs leaders en Espagne, au Pays Basque, en Andorre et au Portugal.

\* Source : *DIFFUSION SPORT*

### **Agenda des prochains événements d'hiver organisés par SPORTAIR**

- SPORT-ACHAT ÉTÉ, Lyon, lundi 11 et mardi 12 septembre 2017
- BIKEXPO, Lyon, lundi 11 et mardi 12 septembre 2017
- SPORT-ACHAT ÉTÉ, Nantes, lundi 18 et mardi 19 septembre 2017
- BIKE EXPO, Nantes, lundi 18 et mardi 19 septembre 2017

### **Les tendances de Sport-Achat**

- **« La rando » : un marché en train de se structurer**  
Les exposants matériels et équipements de SPORT-ACHAT rendent l'offre plus lisible
- **Côté textile et accessoires**  
« Ultime deadline pour les prises de commandes »
- **La chaussure sous toutes les coutures**  
« Une segmentation pour tous les usages et les nouvelles pratiques sportives »

### **Contacts presse**

Florence Pezet-Bertrand : +33 (0)4.50.095.095 - 06 72 20 64 73 - [florence@sportair.fr](mailto:florence@sportair.fr)  
**Photos sur demande (Photos Philippe Cotin)**