

Les magasins

8 à 10

MILLIONS D'EUROS

de chiffre d'affaires prévu en un an d'exploitation

1 800 m²

de surface

© MARC CATVIELA / INTERSPORT



Bernard Joannin, adhérent Intersport (23 magasins, dont celui de Paris)

« Nous avons un parti pris fort sur le running dans notre magasin parisien, car c'est un sport qui monte, en lien avec la santé. Asics, Nike, Adidas, toutes les grandes marques sont là, auxquelles s'ajoutent des marques plus techniques, comme Gore ou Skins. »



© INTERSPORT

1

1 BELLE SITUATION

Situé à l'angle des rues de Rivoli et du Louvre, Intersport remplace Adidas, parti il y a deux ans. À terme, l'enseigne vise cinq à six magasins dans la capitale.

2 GRIFFES DE CHOIX

L'entrée se fait sur le laboratoire d'Asics, marque phare du running, qui permet de déterminer le type de

foulées. Côté textile, Gore fait son entrée pour la première fois dans une enseigne spécialisée.

3 VENTE ASSISTÉE

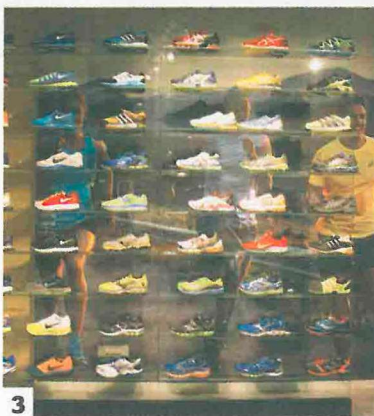
Les produits sont «starifiés» sans étiquette et avec une seule chaussure, histoire de faire comprendre au client que c'est ce n'est pas du libre-service. L'un des 47 vendeurs est essentiel !

4 OUVERT À TOUS

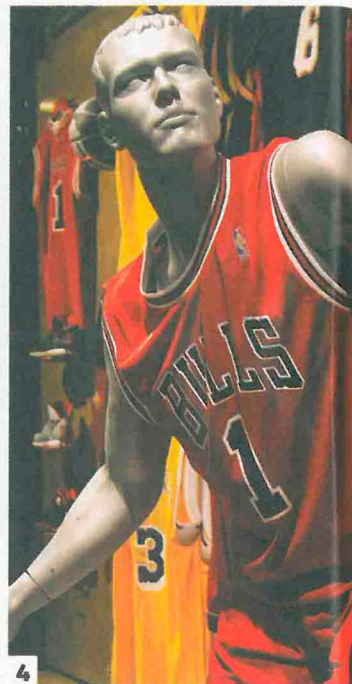
Intersport sponsorise l'OM et aime le PSG ! Bref, tout le sous-sol est consacré au football. Chacun devrait y trouver son bonheur, avec une gamme très poussée. Celle de l'Équipe de France ne s'arrête pas par exemple aux maillots et aux «réplicas». Et on peut aussi trouver le maillot de l'Équipe des Pays-Bas !



2



3



4

Intersport se pose en spécia

Inauguré rue de Rivoli, au 150, le 1^{er} avril, le premier magasin parisien Intersport se positionne d'emblée en vitrine des marques. Celles-ci, qui ont participé à la conception même du magasin, sont présentes à travers le running, le foot, les sports de raquettes et la natation.

Pendant quinze ans, Bernard Joannin fut professeur d'éducation physique. Et « parce qu'il ne se voyait pas vieillir sur les bords d'un cours, sifflet à la bouche », à 39 ans, il entre dans la « famille » Intersport. Aujourd'hui, c'est l'un des plus gros adhérents de la coopérative, avec 23 magasins en Picardie et Ile-de-France et un chiffre d'affaires de 110 millions d'euros par an. Plus que Jacky Rihouet, le président d'Intersport France et Belgique. « Pour ouvrir dans

Paris, il nous fallait un adhérent solide financièrement, un entrepreneur qui prenne des risques d'arriver dans la capitale avec un point mort très élevé ». Deux millions d'euros d'investissement auxquels s'ajoute un loyer élevé (Adidas déboursait 2,4 millions d'euros par an), le pari est gros. Le président du Football Club d'Amiens n'a pas peur. Il ouvre également d'ici à la fin de l'année deux autres magasins en région parisienne, l'un à Sainte-Geneviève-des-Bois en août, l'autre à Pontault-Combault. « J'espère bien rentabiliser ce magasin rue de Rivoli en un an. »

LES PLUS

Des grandes marques dans chaque univers, ce qui fait la différence avec ses concurrents parisiens.
Une armada de vendeurs (47) qui

montre bien le concept de vente assistée.
L'emplacement, à la sortie d'une ligne de métro très fréquentée, et près du Louvre pour la clientèle touristique.

LES MOINS

La configuration sur trois étages et une superficie compacte (1 800 m²) qui ne permettent pas de traiter tous les univers (vélo) et qui

rendent difficiles les déplacements dans le magasin.
Pas de click & collect qui faciliterait le lien entre internet et le magasin plus facile

2

MILLIONS D'EUROS d'investissement

Source chiffres : Intersport



5

5 TECHNICITÉ

Tout le mur du fond est tapissé de chaussures. Adidas offre son « wall » habituel : le client peut choisir sa paire de rêve comme sur une tablette ou un smartphone.

6 PUBLICS CIBLÉS

Le Parisien aime marcher. Pour faire concurrence aux institutions comme le Vieux Campeur, Intersport propose des marques de spécialistes : Millet, Salomon, Merrell...



6



7

7 BASKET À L'HONNEUR

C'est l'autre sport collectif traité par Intersport. Certains univers ne sont pas du tout représentés, faute de place, comme le vélo. La marque propre pèse seulement 20 % du chiffre d'affaires total.

liste dans Paris

D'ici là, il faudra que les marques, omniprésentes et valorisées dans ce point de vente, soient satisfaites. Les Asics, Nike et autres Adidas donnent le tempo : ce sont elles qui innovent, sponsorisent et font la publicité. Quoi de mieux face à Décathlon qui domine le marché parisien ?

Équipements pointus

Le client fait son entrée sur le running, 10 % du chiffre d'affaires, qui très bien représenté. Asics est là, avec son laboratoire qui permet de mesurer ses foulées, Adidas et Nike aussi. Côté textile, Gore, l'inventeur du Gore-Tex, fait son entrée et place la barre haut avec ses vestes à 300 €, indispensables pour tout amateur de trail, nombreux parmi les quadras stressés parisiens. La compression est éga-

lement bien présente avec des marques australiennes comme Skins. « *Le potentiel est important sur ce marché*, souligne le directeur du magasin. *Seulement 70 % des coureurs utilisent leurs produits* ».

Le sous-sol est dédié au football, premier contributeur au chiffre d'affaires, avec une part espérée de 12 %. Place aux maillots : la France d'abord, le Brésil ensuite. Amateurs comme passionnés devraient trouver leur bonheur de maillot ou autres répliques. Le premier étage est dévolu à la femme, tranquille pour choisir sa tenue de running ou son maillot de bain. Pour faire connaître son adresse parisienne, Intersport va communiquer (100 000 prospectus distribués à la sortie du métro avec *Direct Matin*) et la venue de sportifs. En avril, Laure Manaudou, Jeremy Stravius et Marco Verratti seront invités. ■■■

MAGALI PICARD

À NOTER

Jacky Rihouet, président d'Intersport France et Belgique, sera présent au premier Forum du commerce indépendant organisé par LSA, le 14 mai 2014, à Paris Renseignements sur lsa.fr

