



◀ **DU SKI DANS LE MARAIS**
Pour sa première boutique, Fusalp s'implante dans le IV^e arrondissement, sur 110 m².

Fusalp s'installe à Paris

▶ **GAMMES PLUS URBAINES**
Si la marque reste fidèle à sa réputation sportive, elle propose des collections plus «streetwear».



PHOTOS : LARS PILLMANN - FUSALP

Une adresse qui ne s'invente pas quand on se veut le spécialiste du ski. Fusalp ouvre rue des Blancs-Manteaux, dans la capitale, une boutique pérenne, signe de la volonté de la marque d'être désormais présente toute l'année, et non plus seulement l'hiver.

8 M€

Le chiffre d'affaires de Fusalp en 2015, à +22% sur l'année

5

Le nombre de ses boutiques éphémères en stations de ski

Source: Fusalp

S'installer rue des Blancs-Manteaux, quand on s'appelle Fusalp, spécialiste des vêtements de ski et d'après-ski, paraît aller de soi. C'est donc dans cette rue parisienne du quartier du Marais que l'enseigne vient d'ouvrir sa première boutique pérenne, sur 110 m² de surface de vente. Et on insiste sur le mot: pérenne.

Car, si Fusalp dispose déjà de cinq magasins saisonniers en stations – Courchevel, Arc 1950 (73), La Clusaz et Megève (74), et Verbier en Suisse –, il s'agit bien ici d'un espace voué à rester ouvert à l'année. Un sacré pari pour une marque estampillée «ski», et qui réalise aujourd'hui 80% de ses ventes en hiver. Pour mieux lisser son chiffre d'affaires à l'année, et

alors même que le groupe entend ouvrir une poignée d'autres magasins pérennes, Fusalp élargit évidemment son offre, pour glisser vers des gammes davantage urbaines. Le tout sans rien perdre de son savoir-faire ni de son style «fuseau» et «stretch» qui font sa réputation: cela se joue notamment par un panel de couleurs plus large, afin d'adopter un visage plus «mode» et plus «sportwear».

Qualité technique

Ses manteaux et doudounes proposés sont donc conçus pour être portables en ville sans problème. De par leur «qualité technique», sur laquelle insiste la marque sportive, ils sont très adaptés, par exemple, pour lutter contre les frimas de l'hiver.

En plus de l'offre, pour séduire un public par définition plus large que les seuls aficionados du ski, Fusalp entend également développer sa présence sur de nouveaux quartiles prix. Si l'éventail reste toujours entre 300 et 1 500 €, la griffe est maintenant plus présente dans l'entre-deux, avec un cœur de marché entre 500 et 1 000 €.

L'enjeu, pour une marque jusqu'alors habituée à une vie plus saisonnière, est de taille. Mais il est à la hauteur des ambitions nouvelles affichées depuis le rachat, en 2014, par Alexandre Fauvet, Sophie et Philippe Lacoste. Déjà, en dix-huit mois, le chiffre d'affaires est passé de 6,2 millions d'euros à plus de 8 millions d'euros en 2015. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL