

Une boutique dans la boutique. C'est ainsi que Go Sport a inauguré le premier de ses magasins rénovés, dans le centre commercial de Val d'Europe, près de Marne-la-Vallée. S'adressant d'abord aux pratiquants, il privilégie le conseil et la présentation.

Go Sport conçoit un point de vente anti-Decathlon

1 200 m²
de surface de vente

13 000
références

32
personnes

27%
du chiffre d'affaires
réalisés par le foot et
13% par le running

187
magasins Go Sport
au total, dont 124 en
France, 29 en Pologne
et 34 en franchise
internationale

10 à 15%
du chiffre d'affaires
réalisés par les marques
propres, le reste par les
grandes marques

Source : Go Sport

Les concepts
magasins

sur
lsa.fr

C'était déjà dit, c'est désormais écrit à travers un magasin, celui du centre commercial Val d'Europe, à l'est de Paris. Pour résister à la machine Decathlon, Go Sport n'a pas trouvé d'autre solution que d'adopter un positionnement à l'opposé. Des allées très larges, des vitrines soignées, les deux tiers de l'espace consacrés au running et au football, deux sports qui drainent 40 % du chiffre d'affaires de ce point de vente, des tables de présentation ouvertes mettant en valeur les produits, le choix de la vente assistée avec des vendeurs sportifs pour les chaussures : tout est fait pour attirer une clientèle plutôt aisée, et souvent étrangère, proximité de Disney oblige.

Frédéric Schneebigl, le directeur, a travaillé pendant un an avec les équipes des achats et du merchandising sur cette évolution de concept. «*Nous sommes partis de nos points forts – le foot et le running – et nous nous sommes demandé comment attirer le pratiquant, celui qui fait l'un de ces deux sports quatre à cinq fois par semaine.*» Le tout avec une superficie moindre (1 200 m² au lieu des 2 000 m² existants avant) et autant de références (13 000). Tout en donnant une impression d'espace. Il a donc fallu ruser !

Au-delà d'un décor soigné – une piste d'athlétisme est reproduite à côté du mur des chaussures de running et un faux gazon rappelle les stades de foot devant les «crampons» –, il faut du conseil. Go Sport a opté pour un parti pris fort : la vente assistée pour toutes les chaussures avec des ven-

deurs eux-mêmes sportifs. Les pratiquants parlent aux pratiquants. Rayon running, Lucas et Tony font ainsi beaucoup de courses. Au back-office aussi il y a des sportifs, comme à la logistique, dont la responsable est troisième dan de judo. Travaillant à plein-temps, elle fait ses compétitions sur son temps personnel. Depuis juin 2015, le groupe a mis en place une «Team Go Sport» qui s'adresse à une dizaine de collaborateurs par an. Aménagement des horaires pour permettre l'entraînement, matériel sportif fourni, des facilités leur sont accordées. Une initiative similaire est menée pour les étudiants de l'Institut national du sport, de l'expertise et de la performance (Insep).

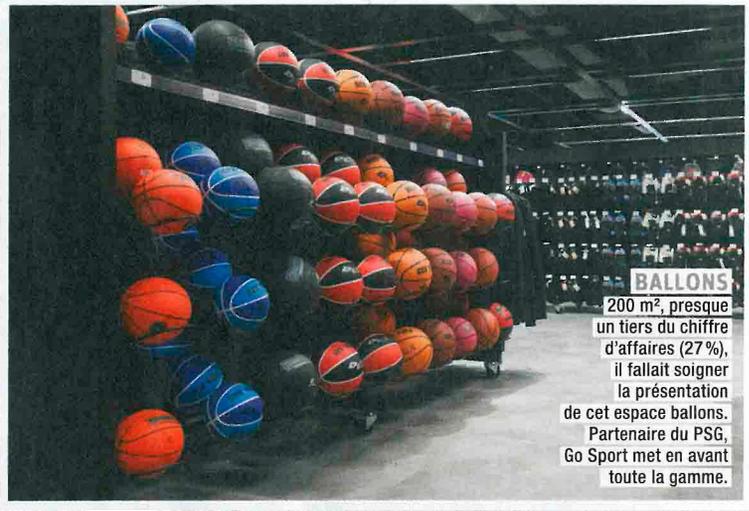
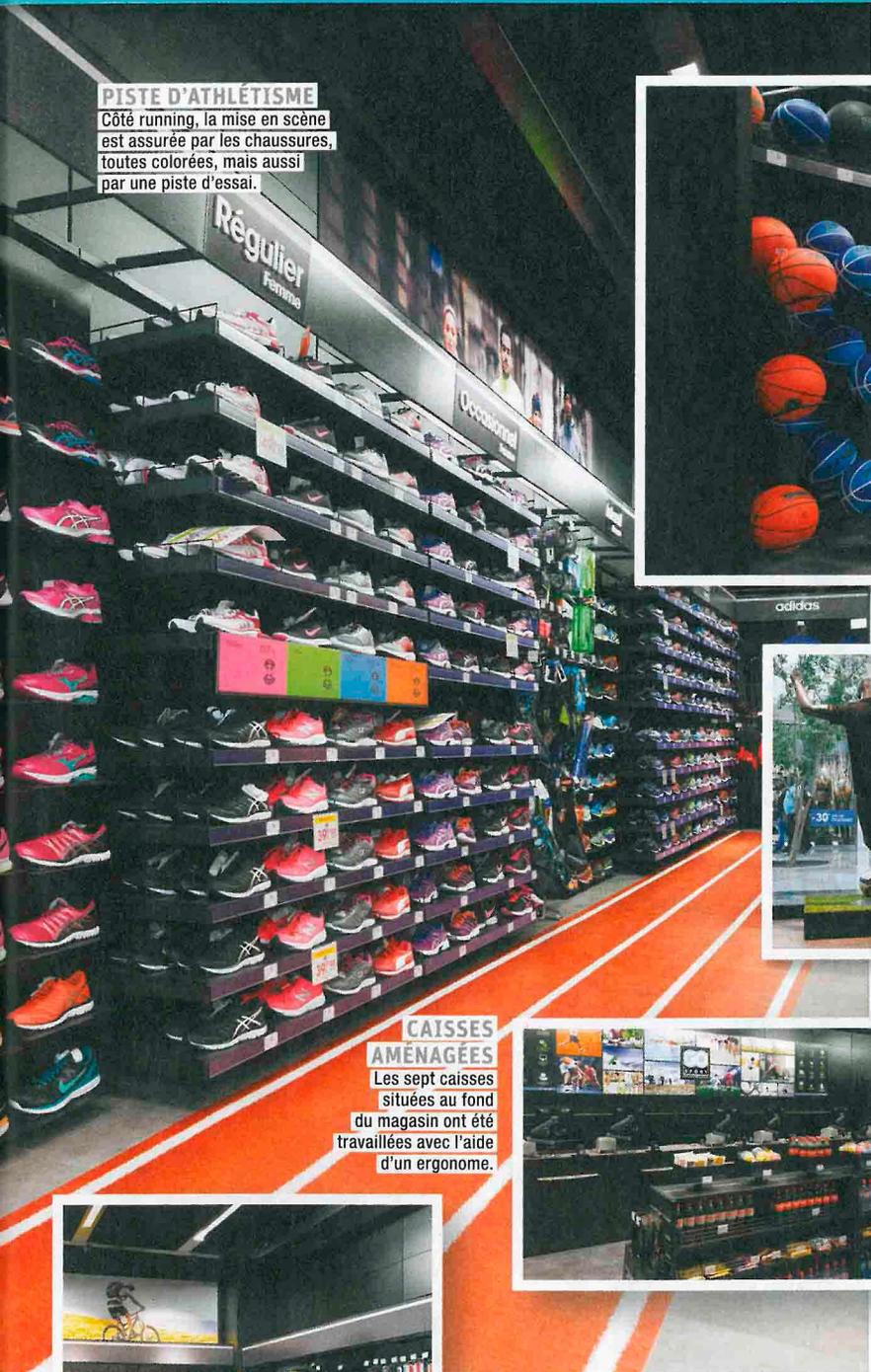
Présentation et services à l'honneur

À Val d'Europe, les gondoles ne montent pas jusqu'au plafond. Les produits, et les grandes marques avec, sont systématiquement mis en valeur. Côté foot, par exemple, la présentation des ballons au milieu de l'espace casse la linéarité de l'ensemble. «*La hauteur a été le plus possible travaillée au niveau des yeux*», rappelle Frédéric Schneebigl. Les services ne sont pas en reste. Comme tout magasin qui se respecte, Go Sport offre les 150 000 références de son site à travers trois bornes disposées au fond du point de vente. Seulement un tiers du parc (40 magasins) en sont équipés pour l'heure. Quant à cette «*évolution de concept*», comme se plaît à le rappeler Frédéric Schneebigl, elle va essayer dans les trois prochaines rénovations de magasins, aux Halles à Paris, à Chambéry et à Nice. ■

MAGALI PICARD

PISTE D'ATHLÉTISME

Côté running, la mise en scène est assurée par les chaussures, toutes colorées, mais aussi par une piste d'essai.



BALLONS

200 m², presque un tiers du chiffre d'affaires (27%), il fallait soigner la présentation de cet espace ballons. Partenaire du PSG, Go Sport met en avant toute la gamme.

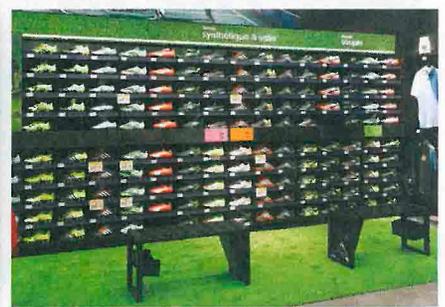


LARGES VITRINES

Ici, la clientèle vient de loin, souvent de l'étranger. Les vitrines sont donc larges et soignées, avec deux écrans montrant des sportifs en action.

CAISSES AMÉNAGÉES

Les sept caisses situées au fond du magasin ont été travaillées avec l'aide d'un ergonome.



MUR DE CHAUSSURES

Toutes les chaussures du magasin sont vendues avec l'aide d'un vendeur, lui aussi pratiquant. Aucune ne se trouve en libre-service.

VÉLO

Petite reine et sports collectifs sont également traités au fond du magasin avec, cette fois, la mise en avant de marques propres, comme Wanabee ou Shepper.



« Nous sommes partis de nos points forts – le foot et le running – et nous nous sommes demandé comment attirer le pratiquant, celui qui fait l'un de ces deux sports quatre à cinq fois par semaine. »

Frédéric Schneebigl, directeur du magasin Go Sport de Val d'Europe



PHOTOS: BELJAMIN ANDRÉ/GO SPORT