

Oysho (Paris)

La marque-enseigne dédiée à la femme du groupe espagnol Inditex vient d'ouvrir un flagship à Paris.

Ce contenu est protégé par le droit d'auteur de sport-guide.com et sa réutilisation sans autorisation de sport-guide.com est passible de poursuites au titre de la contrefaçon.

Le navire amiral français d'Oysho flirte allègrement avec l'athlisure chère au succès mondial de Lululemon.

Le nouveau concept de l'enseigne au design minimaliste présente dans sa très grande majorité des vêtements à porter pour des pratiques sportives telles que le running, le fitness, le yoga ou le padel et d'utilisation dans le quotidien avant et/ou après l'effort. Dans ce magasin, les sous-vêtements féminins qui constituaient un temps majoritairement l'offre de la marque sont désormais limités aux brassières.

Dès l'entrée de ce flagship de 1 000 m² sur 2 étages, le ton est donné par les mannequins et l'accessoirisation. Présente dans tous les univers en cross-merchandising, la chaussure fait l'objet d'une présentation en mural à l'étage, juste avant les cabines d'essayage.

Oysho accorde une place importante à son offre de legging, également à l'étage, composée de produits avec différents niveaux de compression, de coupe et de longueur de jambes

Présente depuis près de 20 ans en France mais ne comptant que 6 magasins dans l'Hexagone, Oysho a généré un chiffre d'affaires de 831 M€ en 2024, en hausse de 11,8 %. La marque-enseigne, fondée il y a 24 ans, s'appuie sur un peu plus de 400 magasins à travers le monde et vient d'entrer au Pays-Bas et en Allemagne.

Adresse : Place de la Madeleine (Paris)