

Sport 2000 (Montagne)

Voilà deux ans que l'équipe de Sport 2000 a élaboré, en co-création avec des adhérents et une agence, une boîte à outil destinée à fournir des éléments concrets d'agencement, d'éclairage, de merchandising et d'expérience clients aux commerçants désireux d'adopter les standards d'un commerce moderne pour les magasins de montagne. L'une des réalisations emblématiques du moment est à voir à Couchevel dans les magasins de la famille Gilbert Blanc-Tailleur.

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.

Les espaces de vente et de location, les vitrines et la façade ont été l'objet d'un travail en profondeur pour améliorer la visibilité de l'offre, la qualité de service et l'identité de l'enseigne. Peu de détails ont été laissés de côté, du « stop de caisse » pour éviter au ski de glisser à terre lors de la finalisation d'une transaction, aux rideaux des cabines qui arborent des visuels de la station, en passant par la boucle TV qui fournit la météo locale, des infos produits et qui diffuse des vidéos de montagne. « C'est un concept basé sur la montagne pur plaisir dans lequel le parcours client est travaillé pour apporter dans de bonnes conditions le nécessaire aux consommateurs », résume Nathalie Caron, directrice du marketing et de la communication.

Un peu plus de 110 magasins Sport 2000 sur les 230 du réseau (hors boutique relais) sont au concept façade avec l'objectif de 100 % de points de vente au début de la saison prochaine et une quarantaine possèdent le sol et des points de marquage au concept. Enfin, une dizaine ont adopté l'intégralité du concept, dont les pionniers Laurence et Gerard Mathias (Morzine) et Pierre-Andre et Anne-Francoise Jacquier (Bernex).