

# Millet (Chamonix)

---

La marque française célèbre ses 100 ans. Un très beau film retrace sa ligne de vie et un nouvel mobilier implanté dans un magasin pilote renforce son positionnement et ses atouts.

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.

---

**A Chamonix et nulle part ailleurs. C'est dans la Mecque de la verticalité que la marque française teste un nouveau concept de magasin depuis un peu plus de 2 mois dans la plus grande discrétion. Outre le lieu magique pour les amateurs de haute montagne, la station accueille l'une des plus célèbres compagnie de guide au monde, partenaire de Millet comme le sont celles de Grindewald et de Cervino.**

Dans ce magasin de 140 m2 de surface de vente sur 2 niveaux, qui a remplacé celui de Lafuma au cœur de la rue Paccard, Millet a introduit les codes de la montagne au travers des formes du mobilier et d'éléments de décoration (cordes, cartographie de sommets, design de fauteuil...) dans une ambiance moderne.

**Deux autres partis pris forts donnent à ce lieu une dimension expérientielle indispensable aujourd'hui au développement des magasins :** un vaste table rectangulaire trône au milieu du magasin offrant aux visiteurs et à l'équipe de vente un espace « communautaire » et 5 écrans digitaux de différentes tailles (55 à 85 pouces) permettent à la marque d'exprimer ses racines, de mettre en scène ses valeurs (verticalité, eco-responsabilité...) et de présenter ses innovations.

Pour les piloter, Millet a fait appel à l'agence lyonnaise Deepidoo et lui a confié la dimension digitale, olfactive et musicale de l'ensemble. « *Il y a une fluidité dans le parcours client, un esprit communautaire et serviciel* » confie Romain Millet, le nouveau patron du Millet Mountain Group, à la rédaction de sport-guide.com. « Malgré la diminution de la fréquentation de la station en raison de la fermeture des remontées mécaniques, nous sommes très heureux de la performance commerciale et du retour des clients » poursuit-il.

Le magasin Millet de Cap 3000, ouvert récemment, va revêtir dans les prochaines semaines les habits de la marque et la décision de transformer les points de vente de Lyon et Paris est en discussion. « *Nous n'avons pas vocation à devenir retailer, mais on se donne la possibilité d'ouvrir 2 à 3 magasins par an* » conclut Romain Millet qui évoque également la possibilité d'utiliser les nouveaux éléments de mobilier dans des prochains shop in shop.