Moncler (Champs-Elysées Paris)

Un vaisseau amiral. Dans cet ancien magasin Nespresso de 1 000m2, sur les Champs-Elysées, le spécialiste des doudounes « premium » joue l'ambiance chalet chic et montagne depuis l'ouverture en décembre dernier dans un dédale de pièces qui fait penser à un labyrinthe.

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 Paris, la marque française à l'origine ne peut oublier l'esprit du baron Haussmann, et cette grande surface se pare de boiseries et de grands miroirs pour augmenter l'espace.

C'est à ce jour la plus grande boutique de Moncler dans le monde, qui en annonce 219 à fin décembre 2020, sans compter une soixantaine de shop-in-shops. La place ne manque donc pas pour proposer tout ce que sait faire aujourd'hui la griffe chic, tant pour les adultes, que pour les enfants, accessoires compris. A terme, on pourra peut-être y voir aussi des produits de Stone Island, que Moncler vient de racheter.

Moncler réalise près de 80 % de ses ventes globales dans son propre réseau qui compte 80 unités en Europe, dont 19 en Italie. L'an dernier la griffe italienne a inauguré un premier magasin en Espagne (Barcelone). Elle a limité en 2020 la baisse de son activité (-12 % à 1,4 milliard) et enregistré un recul de 16% de sa profitabilité nette qui reste à un niveau élevé (300,4 M€).

Le cabinet de conseils Brand Finance, qui publie un classement annuel mondial des valeurs de marque, place Moncler tout en haut de sa hiérarchie en intégrant des valeurs d'images et de performance économique.

Tout droit de reproduction et de diffusion soumis à autorisation de l'éditeur