Basket4ballers (Paris)

Après de longs mois de travaux notamment pour construire un escalier digne de ce nom entre le rez-de-chaussée et le 1er étage, un spécialiste de la balle orange accueille ses premiers clients (364 mots).

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.

Basket4Ballers a choisi la rue de Rivoli, à Paris, à hauteur de l'Hôtel de Ville et du BHV, pour ouvrir son second magasin national comme annoncé par sport-guide.com au début de l'année, après celui du centre-ville de Strasbourg.

Dans ce point de vente de 250 m2, l'enseigne strasbourgeoise étrenne un nouveau mobilier inspiré du triangle des filets du panier pour exploiter ses vitrines sans obstruer la vue et une nouvelle charte graphique avec un nouveau logo réalisé par l'agence Carré Noir.

L'ensemble est particulièrement réussi mettant en valeur les produits et donnant au lieu une identité forte. Le rez-de-chaussée est dédié au lifestyle/universités et l'étage à la performance. Compte tenu du poids de ses parts de marché en chaussure sous les marques Nike et Jordan et de son partenariat avec la NBA, le groupe américain possède 80 à 90 % du référencement, mais Gilles Bollinger a veillé à proposer d'autres marques de sneakers et du textile lifestyle avec d'autres labels.

Le fondateur de l'enseigne connait particulièrement bien son marché comme passionné de basket et commerçant sur ce segment avec cette enseigne depuis plus de 10 ans. « *On la chance d'avoir une culture autour du basket, contrairement au handball* » lance t-il un peu taquin.

Une quinzaine de salariés, recruté sur Paris et Ile-de-France afin d'être ancré sur le marché local va animer ce point de vente. Tous des basketteurs. Gilles Bollinger dit avoir éprouvé des difficultés à trouver du personnel féminin, ce qui était un objectif de départ.

L'investissement global pour ce magasin, dont l'emplacement a été « *discuté avec Nike pour éviter de se trouver en concurrence mais pour lequel il n'y a aucun accord*» serait d'1,5 M€. Sur une année pleine, l'objectif de chiffre d'affaires tourne autour de 3 M€ permettant à l'entreprise de dépasser la barre des 10 M€ d'activité. « Paris est la 1ère ville de basket en Europe » rappelle Gilles Bollinger qui fonde beaucoup d'espoir sur l'emplacement, la largeur de l'offre et le modèle phygital.

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