Lacoste Paris (Champs-Elysées)

La marque au crocodile a choisi la veille du début du tournoi de Roland Garros pour lancer son Arena, soit 1600m2 dédiés à ses univers dans le sport et la mode sur les Champs-Elysées qui prend la suite d'un point de vente de 600m2, plus haut sur l'avenue.

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.

La petite balle jaune est logiquement à l'honneur dans le plus grand magasin à ce jour de Lacoste, qui habille Djokovic, Medvedev et d'autres, mais golf et fitness sont aussi bien visibles. Cet ancien cinéma Gaumont, qui abrita un temps JM Weston, rassemble 9 500 pièces, y compris un gros rayon chaussure (20% du chiffre d'affaires contre 7% avant 2015) et un espace customisation.

"*Plus qu'un magasin, il sera le cœur battant de la marque, et a pour ambition de renouveler totalement l'expérience client Lacoste grâce à de nombreuses innovations technologiques, mêlant expérience interactive et immersive*", déclare Thierry Guibert, Pdg de la marque du groupe suisse MF Brands (ex-Maus), propriétaire de Tecnifibre, Gant, Aigle, Manor, The Kooples.

Une façade de plus de 200m de long, une salle en sous-sol prévue pour des événements, un mur d'images, une collection capsule Champs-Élysées présentée dans un décor de station de métro, tout concourt à en faire un lieu à part sur la carte mondiale de ses 1100 boutiques (sans compter 15 000 revendeurs). Lacoste y met aussi en avant ses efforts pour une mode plus responsable. Avant la Covid 19, Lacoste annonçait avoir dépassé les 2 milliards d'€ de chiffre d'affaires. Le groupe Maus annonce avoir retrouvé ce niveau post pandémie et viser les 4 milliards de vente à 5 ans.

Le prochain flagship de Lacoste devrait ouvrir à Londres sur Regent Street.

(mise à jour 30 mai 2022)

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