

Tonton Outdoor (Paris)

L'enseigne vannetaise Tonton Outdoor veut conquérir une clientèle parisienne à l'appui de son expérience bretonne.

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.

De l'avis des fournisseurs présents hier soir à l'inauguration, le magasin parisien de Tonton Outdoor est dans les standards d'un beau magasin en termes d'agencement, élaboré par l'agence finistérienne Edifix, et de merchandising. « Aéré » est l'adjectif qui est revenu le plus dans les propos soulignant ainsi le « confort d'achat » malgré une hauteur sous plafond du point de vente limitée.

Le cœur du magasin de 550 m² sur 2 niveaux dédié au running, à la randonnée et dans une moindre mesure à la natation est constitué par un linéaire chaussures arrondi avec un arbre artificiel en son centre pour proposer à la vente une offre multimarques sur ce rayon technique, comme dans les rayons sacs à dos, réchauds et accessoires.

Le parti pris du concept de Tonton Outdoor est d'ajouter des corners de marques textile à son offre de produits techniques. Millet, Salomon, Patagonia, Odlo, The North Face, Norrona, Icebreaker, Helinox, On Running y ont souscrit sur des surfaces d'une quinzaine de m². Comme révélé par sport-guide.com, Hoka occupe pour 3 mois l'espace appelé « Le Temple », une boutique de 52 m² dans la boutique avec son entrée indépendante.

« Paris est un ancrage et non un aboutissement. Il y aura de nouvelles ouvertures dans d'autres villes » a lancé Maëlan Dahyot dans son court message d'inauguration, reconnaissant en aparté que si les quatre dernières semaines ont été intenses pour tenir la date d'ouverture, avec un dégât des eaux de dernière minute notamment, que le plus important sera le niveau d'activité des jours à venir.

Pour réussir le challenge de pérenniser ce magasin parisien sans vitrine, dont le coût d'aménagement est affiché à 1.000 € du m², il faudra aux Tontons Outdoor se faire connaître, attirer, et fidéliser la clientèle. Ils misent beaucoup sur l'aspect communautaire et leur plateforme « Xperience Sport » imaginée pour rapprocher les sportifs de haut niveau, les entreprises, les associations et les particuliers au travers d'événements. mais également sur des activations en partenariat avec les fournisseurs. Tout cela demande du temps dans une métropole de 2 millions d'habitants et donc de l'argent.

Les deux fondateurs des Tonton Outdoor Kévin Bauché et Maëlan Dahyot, à l'origine deux footballeurs coéquipiers à l'adolescence, ont levé des fonds à hauteur de 2,3 M€ accompagnés d'une dette bancaire auprès de business angels et d'entrepreneurs bretons dont Jean-Christophe Rigobert (au milieu sur la photo), adhérent notamment Leclerc de Vannes et de Grand-Champs et présent hier soir à l'inauguration.

Ils sont également entourés d'une équipe de trentenaires d'une quarantaine de salariés qui aura la tâche de faire tourner les 4 magasins de Vannes (2 Tonton Outdoor et 1 Patagonia) et de Paris et le site web né il y a 3 ans.

