



:: Les nominés des Awards de l'Asap (14-15 janvier, Annecy)

# Saluer l'enthousiasme

Pour la seconde année, des magasins de sport seront récompensés pour leur engagement à bien faire leur métier. Réuni par les organisateurs d'Asap (14 et 15 janvier à Annecy), un jury composé des dirigeants de Sportair, de marques (Degré 7, Peak Performance, Lafuma, Picture, The North Face, Schöffel) et de médias indépendants (SPORTÉCO et sport-guide.com) a nommé 15 points de vente (3 par catégorie) pour leurs actions entreprises pour mieux faire vivre leur commerce. Les noms des lauréats seront révélés le 14 janvier au cours d'une cérémonie qui se déroulera au Tribeca (route des Rutys à Pringy). Ligne directrice de ces Awards : saluer les points de vente qui portent de l'enthousiasme.



Glaisins, des marques (Degré 7, Peak Performance, Lafuma, Picture, The North Face, Schöffel) et des médias indépendants (SPORTÉCO, sport-guide.com) pour réfléchir ensemble à ce qui nous rassemble tous, chaque année, aux salons professionnels, aux tests de skis et à la présentation des nouvelles collections de vêtements.

Et la réponse est simple : la conviction que nous partageons fondamentalement la même vision des choses. Nous sommes convaincus que les consommateurs qui aiment les activités de plein air (hiver, été, avec de la neige ou ailleurs dans la nature) ont envie de pratiquer leurs activités avec des produits techniques et efficaces, bien coupés, jolis et seyant bien et qu'ils préfèrent les acheter dans des magasins qui leur offrent du choix, de la qualité, de l'accueil et des conseils. Et partant de là, qu'il n'y a pas 50.000 manières de bien faire son métier. Ou plutôt si. Mais ceux qui bichonnent leur point de vente (agencement du magasin), forment leurs vendeurs (formation), organisent des actions pour attirer leurs clients (actions événementielles), s'informent sur les tendances et sur les nouveautés (fréquentation des salons) et intègrent les nouveaux outils dans leur développement (stratégie digitale) témoignent assurément qu'ils

s'emploient à faire vivre durablement notre activité. C'est tous ceux-là que récompensent les Awards qui seront remis le 14 janvier à Pringy. Ces Awards ont vocation à saluer l'enthousiasme nécessaire à l'exercice de nos métiers. (jlc) ::

## La liste des nominés

**Actions événementielles :** Addicted (Lyon), Montaz (La Ravoire), Snowleader (Chavanol)

**Agencement de magasin :** Espace Montagne Grenoble (Saint-Martin d'Hères), Espace Montagne Lyon (Francheville), Sweat Ski (Val d'Isère)

**Stratégie digitale :** Espace Montagne Grenoble (Saint-Martin d'Hères), Snowleader (Chavanol), Ultra Fun (Avignon)

**Formation des vendeurs :** Au Vieux Campeur (Paris), groupe Prosport (Amiens), Croque Montagne (Saint-Jean en Royans)

**Fréquentation des salons :** Snow Performance (Argentière, les Arcs), Speck-Sports (Bitschwiller-les-Thann), Sport Boutique (Méribel).

Un "Prix spécial du jury" sera également décerné.

## Nouveaux locaux

Dorénavant membres de la même équipe, Sportair et Like That ont pris possession de leurs nouveaux locaux au rez-de-chaussée du Scott Center du Parc des Glaisins. Gaylord Pedretti avec Sandrine Galoux-Daenen, la directrice financière de Scott, bailleur de l'immeuble.



Les points de vente sont un rouage essentiel de l'économie. Sans magasin, pas de contact avec le consommateur, moins d'humain, moins de rêve. Sans magasin, une part fondamentale du plaisir de consommer disparaît ou se réduit à un acte mécanique sans émotion (ou moins). Les sites de ventes en ligne l'ont d'ailleurs bien compris qui, eux aussi, cherchent le contact direct avec le client en ouvrant leurs propres points de vente. C'est cette analyse, condensée ici en quelques lignes, qui a présidé, l'an passé, à la création d'Awards pour récompenser les magasins de sport qui s'engagent dans leurs manières de faire leur métier. Tel un chef d'orchestre réunissant autour de lui, des musiciens lisant la même partition, les organisateurs d'Asap ont rassemblé, le 20 décembre, au Parc des

## La méthode

Avec la volonté commune de regarder attentivement ce qui se passe dans le marché, de partager des informations, de réfléchir à haute voix sur les actions entreprises dans les points de vente et, au final, de mettre en relief les faits les plus significatifs, les onze membres du jury (parmi lesquels l'auteur de ces lignes) ont examiné, avec le plus d'objectivité possible, les actions réalisées par les magasins. Les points de vente avaient eux-mêmes fait acte de candidature, étaient proposés par les marques ou par les médias. Idée : défendre au-delà des points de vue partisans, une certaine idée du commerce et la manière de la mettre concrètement en œuvre. Et aussi mettre en évidence, des points de vente qui peuvent préfigurer ce que le jury pense (et espère) de ce que pourra être le commerce dans les années qui viennent. L'an prochain, les gagnants de cette année seront invités à participer au jury.