



La marque française basée dans les Alpes prend ses quartiers sur le célèbre boulevard Saint-Germain

Salomon, la société française de sports outdoor fondée en 1947 sur les rives du lac d'Annecy, est fière d'annoncer l'ouverture du premier magasin de la marque à Paris, sur le célèbre boulevard Saint-Germain. Le magasin de 194 m², qui a ouvert ses portes mi-avril, est situé au 129 boulevard Saint-Germain et propose le meilleur de la gamme de produits Salomon, « de la tête aux spatules » comme l'entreprise aime à dire. Les visiteurs y trouveront des tenues complètes homme et femme pour le running, les activités outdoor et les sports d'hiver. Ils pourront également découvrir la nouvelle gamme de chaussures personnalisables S/LAB Mesh de Salomon.

Un projet de longue date

« Disposer d'un emplacement aussi prestigieux dans la capitale constitue un cap important pour la marque », a déclaré Jean-Marc Pambet, Président de Salomon. « Nous songions depuis un certain temps à présenter la marque au public parisien dans un emplacement privilégié. Étant basés à Annecy, nous sommes fiers de notre héritage français. Nous sommes très enthousiastes, car ce nouveau point de vente nous permettra d'avoir un rapport privilégié avec les Parisiens et d'offrir une expérience de marque haut de gamme. »



« Les adeptes du running, du ski et de la randonnée ne se trouvent pas uniquement à la montagne, mais également en ville », a ajouté Jean Marc Pambet. « Nous savons qu'à l'avenir une part croissante de notre public cible vivra en ville. Ce site parisien est situé dans l'un des quartiers commerçants les plus célèbres de la ville et se trouve par ailleurs à proximité d'un certain nombre d'itinéraires de running que les Parisiens fréquentent. C'est donc un endroit stratégique pour rester au plus près de notre public. »



Au plus près des consommateurs

Salomon compte actuellement 190 points de vente dans le monde. Historiquement, la plupart des magasins ont été implantés à proximité des lieux d'entraînement des sports outdoor. Le nouveau site parisien témoigne des efforts fournis par Salomon pour être au plus près de ses consommateurs principaux, dans les plus grandes villes d'Europe. Avec de plus en plus de citoyens pratiquant le trail running, la randonnée, le ski et le snowboard, la marque prévoit d'ouvrir d'autres magasins dans les principaux marchés européens.

Un centre d'expérience

Après avoir dévoilé le nouveau positionnement « Time to Play » de la marque en 2016, Salomon a intégré cette nouvelle identité à un certain nombre de ses points de vente en les repensant totalement, notamment son magasin de Chamonix, au cœur des Alpes françaises. À l'instar de ses magasins dans les principales stations de montagne, Salomon prévoit d'organiser de nombreuses activités sur son site parisien, avec notamment des sessions de tests de produits, des courses en groupe et des expériences uniques avec les athlètes Salomon.

Un magasin à la pointe

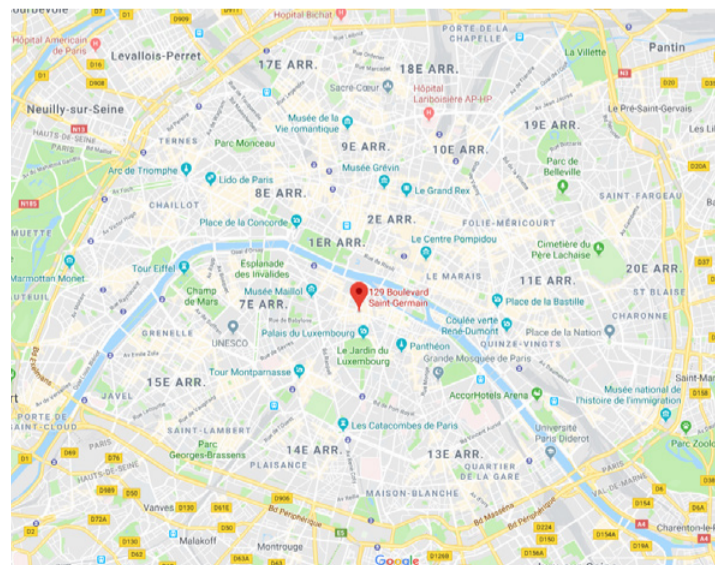
Les magasins de la marque Salomon sont conçus pour offrir l'expérience de marque la plus authentique qui soit, ainsi qu'un service de grande qualité, assuré par un personnel bien informé. Les écrans vidéo retransmettent des épisodes de Salomon TV et l'espace de vente est conçu pour tisser des liens entre les visiteurs et les communautés sportives locales, à travers divers événements et rassemblements. Au gré des saisons, les visiteurs du magasin parisien trouveront les dernières nouveautés du matériel et des vêtements Salomon dans les catégories running et outdoor, ainsi que de l'équipement, comme des skis alpins et des chaussures de ski. Le magasin proposera également des services de bootfitting.



Le succès de SALOMON

Depuis 2007, Salomon a doublé son chiffre d'affaires annuel, passant de plus de 400 millions d'euros en 2007 à 861 millions d'euros en 2017. C'est la première marque mondiale pour les ventes d'équipements de sports d'hiver et le leader mondial du trail running. Au cours des cinq dernières années, la marque a augmenté ses ventes de vêtements et d'équipement de 70 % (Les vêtements et l'équipement comprennent les vêtements de toutes les catégories ainsi que les sacs.)

La marque réalise 68 % de son chiffre d'affaires en Europe, 23 % sur le continent américain et 9 % dans la région Asie/Pacifique. Ses principaux marchés sont les États-Unis (117 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel en 2017), la France (101 millions d'euros) et l'Allemagne (90 millions d'euros). Aux Jeux olympiques de 2018 à Pyeongchang, 78 athlètes de 18 pays différents et parrainés par Salomon ont concouru dans 11 disciplines sportives. Ils ont remporté 18 médailles olympiques en utilisant des produits Salomon.



Née en 1947 au cœur des Alpes françaises, la société Salomon cherche constamment à repousser les limites des sports de montagne en créant des équipements innovants permettant de se faire plaisir, de progresser et de se lancer des défis dans toutes sortes de sports outdoor. La société fabrique et vend des chaussures, de l'équipement d'alpinisme et de sports d'hiver, du matériel de randonnée et des vêtements de grande qualité conçus pour toutes ces disciplines. Ces produits sont mis au point dans l'Annecy Design Center de la société, où collaborent ingénieurs, concepteurs et athlètes afin de créer des solutions nouvelles destinées à améliorer en permanence l'expérience outdoor de celles et ceux pour qui la nature est un vaste terrain de jeu.