



ASAP 2015 : OPÉRATION SÉDUCTION RÉUSSIE !

Cette année encore les deux journées d'Anney Showroom Avant Première ont été un vrai succès : 340 sociétés se sont rendues sur les showrooms de plus de 60 marques pour découvrir en avant-première mondiale les collections hiver 2015/2016.

Très attendu et plébiscité comme toujours, le traditionnel défilé à l'Impérial Palace a donné le ton pour une saison prochaine haute en couleurs, imposant ASAP comme l'événement incontournable qui fédère les marques et les détaillants.

LE RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE DES DERNIÈRES TENDANCES



Avec plus de 60 marques réparties sur une trentaine de showrooms, l'édition 2015 d'ASAP confirme une nouvelle fois son statut de plaque tournante des dernières tendances textile du marché ski/outdoor.

Ponctuant l'ouverture des showrooms, le défilé organisé à l'Imperial Palace a fait l'unanimité des spectateurs, marques, détaillants, et journalistes réunis. Un show réussi avec des silhouettes très représentatives d'une saison qui monte en gamme : « Ce défilé est idéal pour nous permettre de voir nos fournisseurs dans une ambiance gaie et professionnelle et nous donner une vision globale de la saison. L'occasion rêvée d'essayer

de trouver des choses qui changent, des choses atypiques, des vraies nouveautés qui nous permettront de booster nos rayons », confiait Luce Jurcevic du magasin LeGliss (Metabief - Jura).

A l'Espace Rencontre, plusieurs marques se félicitent du succès de leurs lignes premium : chez O'Neill, la collection Capsule Jeremy Jones plaît aux snowshops et aux boutiques core. Satisfait du développement de J. Lindeberg en France, Nicolas Kiffer a eu l'opportunité d'accroître son réseau de distribution, notamment suite à l'accueil de sa nouvelle ligne premium Foraker : « Nos clients remarquent le gros travail que nous avons fait sur nos tissus très assouplis. Nous avons de bons contacts qui devraient nous permettre de passer de 15 boutiques aujourd'hui à une bonne vingtaine pour l'hiver prochain », se félicitait-il.

LES COLLECTIONS FÉMININES REMARQUÉES

Les détaillants sont très attentifs au développement des lignes féminines, très séduisantes avec leurs détails d'effets de surface, matelassés, chinés, leurs aspects cuir ou tricot... Les gammes plus hybrides avec une offre technique mais au look résolument plus urbain sont également appréciées. Chez SOS Sportswear, la ligne Black Snow aussi performante sur les pistes qu'en ville sera sans aucun doute l'un des best-sellers de la marque suédoise.



Fabrice Arbey note de nombreuses remarques positives sur la ligne Femme de Schöffel, autant dans la nouvelle gamme après ski plus urbaine avec une veste Camilla particulièrement réussie, que dans la gamme technique avec une veste en Venturi stretch et ses coudes matelassés, très féminine. Astucieusement développée pour l'hiver prochain chez O'Neill, la ligne technique de pantalons femme déclinée en trois fits (slim, relaxed et regular) répond à une vraie demande des clientes.

DES ESSENTIELS AUX ÉCORESPONSABLES

Les marques tirent un bilan général positif de ces previews : vif succès pour Rossignol avec une collection aux lignes plus urbaines, tandis que chez Vaude, la ligne Larice plaît avec son bon rapport qualité autant que la ligne ski rando ainsi que la gamme Bluedesign en duvets avec inserts stretch. « Les détaillants sont de plus en plus soucieux de pouvoir proposer des produits écoresponsables », souligne Yannick Chatel. Chez Salewa, c'est sans conteste la gamme freeski Mountainering avec ses vêtements très englobants et très protecteurs qui se sont faits remarquer, tout comme la ligne ski rando en loden. Pour Dynafit, les détaillants s'intéressent à sa nouvelle veste hybride et sa veste taillée dans le nouveau Gore-Tex C-Knit.



« Nous sommes vraiment contents : sur les 10 boutiques de ce matin, 4 ont déjà promis de confirmer leurs commandes boutiques. Sans compter une boutique à Genève », affirme Laurent Brito chez Watts. Les détaillants ne sont pas seulement séduits par le rapport qualité/prix de la jeune marque marseillaise encore plus créative que l'an dernier. Les couleurs, la performance des tissus stretch et les jeux d'imprimés « jungle » en empiecements pèsent aussi dans la balance. Pas d'inquiétude non plus pour la saison de Bergans of Norway qui compte bien fidéliser des prospects venus aussi nombreux que l'an dernier.

VERS DE NOUVEAUX SEGMENTS

Pour pallier à une saison difficile due aux caprices de la météo et à un contexte économique pas toujours favorable, certains détaillants misent sur de nouveaux segments. Diversifiant non seulement leur offre et leur savoir-faire, les marques tirent profit de cette situation en innovant et en proposant de nouveaux produits.

S'appuyant sur une nouvelle communication axée sur des silhouettes en total look, Scott a clairement convaincu avec une segmentation nouvelle : Explorer pour la rando, Vertic pour la freeride, Ultimate pour le Ski Haut de gamme, et Terrain pour le ski entrée de gamme. Même chose pour Millet : les détaillants adhèrent aux nouvelles lignes mountainering, ski freeride, et ski rando, et à la nouvelle offre de produits d'isolation découpée en 3 niveaux avec différents types d'isolants, animal, végétal et synthétique. Le duvet est une matière phare pour la majorité des marques. Eider a ainsi mis en avant sa nouvelle veste Black Comb garnie d'un nouvel isolant Primaloft Silver chaud et respirant, avec ses 60% de plumes.



DES DÉTAILLANTS CURIEUX ET DES EXPOSANTS SATISFAITS



A quelques pas de là, Colmar, Häglofs, Peak Performance, Phenix et Skidress ont eu le plaisir de recevoir des clients particulièrement curieux et confiants. Les détaillants ont en effet été nombreux et ont pris le temps d'apprécier la qualité des fabrications françaises.

Quant à Super Natural, récemment entrée sur le marché français, l'hiver prochain sera l'année de la concrétisation : avec 40 points de vente déjà ouverts, de nombreuses autres ouvertures sont en passe de se réaliser, dont certaines se feront sur le Sport-Achat.

Des détaillants satisfaits et des marques confiantes pour les saisons à venir.