

Concentré de rendez-vous d'affaires pour la 8^{ème} édition d'ANNECY SHOW-ROOM AVANT-PREMIÈRE

Près de 600 visiteurs de 296 boutiques de stations et de villes se sont déplacés à Annecy, capitale des sports outdoor et winter sports pour visiter les 30 showrooms des 48 marques présentes lors de cette 8^{ème} édition d'ASAP, les 16 & 17 janvier derniers.

La neige fraîchement tombée, le froid et le soleil ont permis de mettre du baume au cœur des détaillants et d'assurer une fréquentation stable à ce lancement des collections 2017/2018. Un bilan très positif pour ce rendez-vous en avant-première avec en point d'orgue le défilé orchestré par Virginie Toc à l'Impérial Palace d'Annecy. Client fidèle ou nouveaux venus, chacun y a trouvé son compte, avec la découverte de 10 nouvelles marques et les innovations des nouvelles collections 2017/18.

L'influence urbaine ressort dans de nombreuses collections hybrides, polyvalentes ; certaines marques osant le « revival » des années 70/80 et d'autres continuant d'investir dans l'éco-conception. Laine bouillie, laine rustique - combinée ou pas – avec des matières techniques de plus en plus légères ; stretch all over ; multi-couches, finitions soignées, sans couture. Tout le monde s'accorde à dire que style et performance sont au rendez-vous de l'hiver prochain pour des collections très abouties et très soignées.

« C'est avant tout un concentré de rendez-vous qui nous fait gagner un temps précieux »

disent en chœur visiteurs et exposants comme **RIP CURL** et **BENCH**. « Nous avons vu 15 clients hier, ce que je n'aurais jamais pu faire en déplacement » souligne Flavio, agent de **MALOJA** quand Georges PEQUIGNOT, Manager France de **KILLTEC** affirme qu'« ASAP est avant tout un rendez-vous de magasins de station ». La jeune marque **RAGWEAR**, 100% vegan et présente pour la première fois, affiche 3 ouvertures de compte en une journée, et **ROSSIGNOL** enregistre la visite de plus de 50 boutiques. **SCOTT** se montre aussi satisfait du cru 2017 car la marque identifie des prospects à chaque édition parmi les 70 boutiques reçues en moyenne sur les 2 jours.

Côté visiteurs, tout le monde semble avoir trouvé son bonheur : certaines boutiques positionnées haut-de-gamme cherchaient à référencer des lignes à un prix plus accessible, d'autres magasins ont sélectionné leurs marques repères. **CYRIL SPORT**, boutique de l'ALPE D'HUEZ est ravie de sa découverte d'ASAP : « J'ai pu anticiper, gagner du temps avec mes fournisseurs » ; une boutique de COURCHEVEL descendue à ASAP pour travailler au calme avec deux fournisseurs, a finalement découvert une nouvelle marque. Une autre boutique de CHAMONIX a pu référencer des nouveautés chez 6 fournisseurs habituels dans l'Espace Rencontre et autres showrooms ; elle a aussi été séduite par une nouvelle marque suisse.

Les collections hybrides qui jouent entre pistes et street ont été très appréciées

O'NEILL récemment installé dans son nouveau show-room du Parc des Glaisins se montre satisfait de la trentaine de rendez-vous confirmés. Laurent PACAUD, Sales Manager France précise que la nouvelle collection 17/18 hybride (ski et lifestyle) mise au point avec le rider Jérémy Jones a particulièrement séduit ses clients.

La ligne lifestyle de **MALOJA** a remporté un franc succès auprès des boutiques des Alpes du Sud quand les lignes skis et techniques de la marque ont créé plus d'adhésion auprès des boutiques de Savoie et du Rhône-Alpes.

MONS ROYALE, dont la philosophie est de créer des vêtements techniques en laine Mérinos qui allient performance et style, innove encore cet hiver avec l'arrivée de la nouvelle ligne **TRANSITION**, plus streetwear, très innovante et plus branchée, plus jeune, « un pari audacieux » confie Vincent WILLEPOTTE « pour cette marque premium classique ».

Chez **DEGRÉ 7** où la couleur et la technicité sont toujours au rendez-vous, Marie-Charlotte en charge de la région Rhône-Alpes et qui a accueilli 60 boutiques du grand Est de l'hexagone et de Suisse pendant l'événement, déclare que la veste **TOURING** homme a été remarquée pour ses finitions soignées, ses 3 couches, et le 4 ways *stretch* à l'intérieur comme à l'extérieur.

PICTURE ORGANIC CLOTHING continue sa progression et met les projecteurs, dans son nouveau show-room, sur deux innovations **IVY BAG**, un sac qui se démonte entièrement (sac de voyage, trousse de toilette, pochette...) dessiné par un jeune designer, et **ICELAND PROKNIT LAB**, sa veste tricotée avec différentes densités. La marque éco-conçue a reçu plus près d'une trentaine de boutiques ainsi que quelques magasins suisses et britanniques.

KARPOS, marque originaire des Dolomites, issue du monde de la randonnée et de l'aérobic dévoile une nouvelle ligne technique et design pour l'hiver : « J'aurais dû faire le défilé à l'Impérial Palace qui était fantastique et qui aurait mis en exergue notre fitting à l'italienne » souligne Giuseppe LIRA.

SOS BLACK SNOW fait son grand retour sur ASAP et part à la reconquête du marché français. « Nous sommes reconnus pour nos coupes de pantalons femme, et ce retour nous a permis de fixer des rendez-vous avec des prospects dans notre show-room d'Albertville. Notre nouvelle veste **DRISS** a marqué les esprits ! ».

Le modèle **NISHKUR**, manteau doublé de micro-polaire et au look ethnique a attiré beaucoup de clients sur le stand de **MADE IN COLORS**, nouvel entrant sur le marché et marque forte de l'expérience des 4 femmes fondatrices dans l'univers outdoor.

Chez **ICEPEAK**, la collection junior avec des détails qui font mouche (scratch, matières, style, prix, style) a répondu à la demande : « Les clients ont le sourire car nos collections sont très abouties » précise Elodie Bossuto « et d'autant plus grâce à la modernisation de notre plate-forme de distribution en Finlande qui nous fait gagner 4 jours en délai de livraison ».

A noter la présence de **BURTON** qui peut maintenant déployer en France sa gamme textile et qui présente une collection adaptée à toute la famille

Performance, Fashion chic, Urban Mountain, toutes les tendances se retrouvent à ASAP

MAISON MONTVAL signe, à côté de sa collection de doudounes, deux nouvelles lignes pour le ski et pour la ville (anorak chic, zippé, pulls, caleçons). « Nous sommes déjà référencés dans 25 boutiques en station comme Megève, Courchevel,... et nous souhaitons nous faire connaître au travers d'événements pointus comme ASAP et d'animations comme le défilé qui nous a ramené de nouveaux contacts » précise Arnaud TERZIBACHIAN.

MOUNTAIN FORCE, marque suisse très haut de gamme, présente pour la deuxième fois, se décrit comme « la Tesla » de l'outdoor avec une collection A.Sign technique, chic, sobre, très confortable (4 ways stretch), et ultra-légère. Composée de matières japonaises, avec un toucher exceptionnel, la collection est construite sur le principe des multi-couches pour la porter de janvier à décembre !

GIESSWEIN, marque authentique 100% made in Autriche, est venue faire connaître sa nouvelle collection Athleisure pour l'après-ski combinant laine mérinos et micro-fibres quand **ORTOVOX**, marque suisse, dévoile sa veste **ANDERMATT**, technique et composée de laine rustique des moutons du Valais. Cette dernière a séduit plus de 15 boutiques dont 8 prospects.

Présence remarquée lors du défilé du nouveau modèle femme **VOLCAN** de **PEAK PERFORMANCE**, une parka blanche avec une queue de pie. « Nous nous sommes éloignés de la forme enveloppante de la Parka pour une coupe plus compacte et plus ajustée. Nous avons voulu inventer une collection de ski moderne qui répond à la demande de la montagne, en gardant un look épuré parfaitement adapté à la vie de tous les jours. Notre collection est influencée par le noir des villes et par le look minimaliste du guerrier ninja. » explique Jonas Olsson, responsable de l'Active Design.

L'esprit **SKIDRESS** a également percé lors du défilé avec son allure dans la tendance Rétro Glam qui développe des coupes cintrées, des pulls cols en V, matelassé à col claudine, des bustiers avec demi-zip, des gilets col polo, de la fourrure et des pinces.

Comme lors de la dernière édition, ce sont les silhouettes **ROSSIGNOL By JC DE CASTELBAJAC** qui ont clôturé le défilé avec des ensembles toujours aussi originaux et un coq déstructuré en filagramme.

ASAP, Annecy, un point de départ ; SPORT-ACHAT, Lyon, pour finaliser les dernières commandes

Pour une majorité des 48 marques exposantes, ces 48h permettent non seulement de prendre la température sur les produits phares remarquées dans les collections, mais aussi de prendre des commandes. Le défilé du lundi soir qui se tient depuis toujours à l'Impérial Palace d'Annecy, permet aussi de se retrouver entre vendeurs et acheteurs professionnels dans une ambiance très conviviale. Le format showroom d'Annecy est suivi par Sport-Achat, le salon grand format de Lyon, un tandem gagnant qui permet de mieux couvrir le marché et la saison.

*Parmi ceux qui seront présents à SPORT-ACHAT : Vincent WILLEPOTE, agent de MONS ROYALE, présentera la jeune marque **686** pour faire connaître le dernier modèle entièrement compactable PACLITE au plus grand nombre. **RAGWEAR** sera à nouveau présent à Lyon, qui lui avait permis en septembre dernier lors de l'édition d'été, de passer de 10 à 25 points de vente. **KILLTEC**, positionné sur le marché du junior, ne connaît pas la crise et présentera PERFORMANCE LINE.*

Agenda des prochains événements d'hiver organisés par SPORTAIR

- SKI TEST TOUR Serre-Chevalier, 30-31 janvier 2017
- SPORT-ACHAT HIVER, Lyon 6-7-8 mars 2017.

Contacts presse

Florence Pezet-Bertrand : +33 (0)4.50.095.091 - florence@sportair.fr

Photos sur demande