

1–4 fév. 2009



Presse-Information \* Press release \* Communiqué de presse \* Comunicato stampa \* Comunicado de prensa

N° 28 f / Janvier 2009

## **Le ski alpin – Zoom sur l’innovation pour la saison à venir**

- \* Ecologie et matières premières renouvelables pour les matériels de ski
- \* La polyvalence, le ski allmountain, twin-tip et randonnée sont toujours très demandés
- \* La sécurité – un thème toujours plus important dans le domaine du ski alpin
- \* Presque tous les fabricants présentent des lignes haut-de-gamme

L’environnement constitue un thème de haute actualité, également dans le domaine des matériels de ski : Les fabricants sont aujourd’hui toujours plus nombreux à recourir à des matériaux et à des technologies mieux compatibles avec l’environnement. Ainsi la gamme des matériaux utilisés pour la fabrication des nouveaux skis comprend-elle toujours plus, non seulement des matériaux naturels tels que le bambou, le basalte et les différentes espèces de bois issues de la culture contrôlée, le coton, le lin et le liège, mais également des matériaux recyclés utilisés par exemple pour les revêtements de ski. L’heure est en outre à l’économie de peintures agressives. La maison Rossignol présente par exemple, à travers le ski Attraxion Echo Lady pour femmes, un ski doté d’un revêtement réalisé à partir de matériaux recyclés qui a été fabriqué dans un atelier de fabrication contrôlée et certifiée ISO9001, à partir de matériaux naturels, avec une économie de peinture de 50 pour cent par rapport aux skis traditionnels. Atomic, quant à elle, présente à ispo winter 09 une chaussure de ski fabriquée à partir de bioplastique, de coton et de fibres de bambou. Les petits ateliers de fabrication, surtout, veillent à utiliser non seulement des peintures à l’eau, mais également toujours plus de matières premières et des procédures de fabrication douces pour l’environnement, à limiter les distances des trajets de livraison et à privilégier les matériels de fabrication locale. Les produits ainsi fabriqués portent par exemple le label Nocopy qui est originaire du Suède et tout nouveau en Allemagne. Le fabricant de plastiques pour revêtements haut de gamme de compétition et feuilles synthétiques CPS recherche dans le cadre du projet „Green-Line-Project“ des matières renouvelables qui sont censées remplacer le pétrole toujours plus coûteux, sans toutefois perturber la chaîne alimentaire. La société CPS a réussi à développer une surface fabriquée à partir d’huile de ricin, ainsi qu’un nouveau revêtement à partir de biogaz. L’entreprise NEST Eco Performance s’est quant à elle

spécialisée dans les farts non polluants pour l'environnement car produits à partir de composants non toxiques.

### **Les modèles jouent l'intemporalité**

Le commerce et par conséquent le consommateur final peuvent constater la tendance suivante : Un nombre toujours plus grands de fabricants mise sur les modèles intemporels qui se maintiennent pendant deux ou trois années sans être forcément perfectionnés, remaniés sur le plan esthétique, voire même remplacés d'une année sur l'autre. Les produits mode par trop éphémères – sort réservé à la plupart des skis de ces dernières années – sont appelés à redevenir un précieux équipement capable, moyennant un entretien suivi, de prouver ses hautes performances pendant plusieurs hiver d'affilée. Le commerce spécialisé, qui n'a guère les moyens de proposer une choix de marques et de modèles extrêmement vaste, ne peut que se réjouir de la tendance qui fait passer la qualité avant la quantité du matériel.

### **Allmountain à fort potentiel de croissance**

La polyvalence est de mise dans tous les segments du ski : Toutes les disciplines du ski veulent finalement se pratiquer (en toute sécurité) sur tous types de terrains (piste, park, hors-piste, chemins forestiers) dans des conditions de neige et de temps souvent très changeantes. Les produits customisés se multiplieront et serviront toujours plus d'accroches pour les nouvelles technologies, le customizing consistant en la mise en œuvre de multiples possibilités d'adaptation pour sidecuts, flex et torsions variables (entre autres sur un ski two-in-one, rayons variables par ski). A cela s'ajoute que l'industrie continue à miser sur le segment Allmountain, par exemple en proposant des largeurs de patins croissantes et avoisinant les 80 mm. Cette classe s'avère ainsi optimale pour bien 80 pour cent des skieurs. Une attention particulière est ce faisant accordée au ski de randonnée High-Performance Medium, soit à des modèles encore plus exclusifs réservés à la clientèle huppée, sachant bien que ce groupe cible est de plus en plus disposé à payer le prix fort pour un produit de marque et de qualité et qu'il recherche le conseil et le service compétents d'un magasin spécialisé. Ceci explique pourquoi les lignes de ski dotées des technologies éprouvées et fabriquées à partir des nouveaux matériaux et structures de haute technologie viennent encore plus qu'avant remplir les rayonnages des magasins : Plus légers et réalisés à partir d'alliages de grande qualité, les skis sont conçus pour un niveau de performance et une durée de vie maximum.

Pour les skieurs qui n'ont plus vingt ans, l'accent porte sur la sécurité, moyennant par exemple des modèles de ski à nouveau plus longs, avec des carres plus prononcés, une meilleure accroche, une meilleure surface portante et d'excellentes propriétés de conduite. Pour ce qui est des fixations, il importe qu'elles s'ouvrent en temps utile, même dans le cas d'une chute lente. Il convient de toute façon de noter que les packs ski + fixation joueront un rôle encore plus important et que la clientèle souhaite se voir proposer des skis avec des propriétés de flexion améliorées.

Quant au segment de ski pour femmes, celui-ci « se stabilise à un solide niveau et se voit même élargi par l'arrivée de nouvelles collections », explique par exemple Matthias Klopfenstein, BU Manager Ski Intersport Suisse. « Le design et l'économie de poids constituent ici deux éléments absolument essentiels ».

### **Une offre de produits élargie pour les fans du free**

Les segments freeride et freestyle, randonnée et backcountry sont appelés à enregistrer une hausse. Ici, dans ses secteurs niches à fort potentiel de croissance, l'accent porte sur une certaine individualisation des segments, sur les produits sur mesure, les freaks de fun et d'aventure ayant des besoins différents que les skieurs amoureux de la nature et respectueux de l'environnement, les adeptes de sport d'hiver intéressés par les aspects techniques ou la dimension lifestyle du ski.

Le groupe cible des freestylers comptera toujours de nouveaux adeptes qui, contrairement au mainstream, seront prêts à dévaler les pentes sauvages, à s'éclater dans les parks et les pipes ou à prendre tous les obstacles naturels qui se trouvent en bordure de piste. Ou encore à s'élancer en dehors des pistes avec, aux pieds, de véritables fatskis en quête de nouveaux défis et terrains de jeu. C'est pourquoi la stratégie des fabricants dans le secteur du Freestyle préconise l'abandon des modèles exclusivement Park & Pipe au bénéfice des twins allmountain pour des utilisations plus larges.

Le secteur du freeride affiche une évolution similaire, inspirée par la devise « il y a freerider et freerider » : Pendant que certains éprouvent le plus grand plaisir à cruiser, super cool, super relax, dans la poudreuse, d'autres fans de big-mountain ne jurent que par la descente extrême : murs raides, lignes hors du commun déroulées à brides avalées et dans la plus grande souplesse – que ce soit dans la poudreuse fraîche, dans la neige tôle de printemps ou encore sur la piste. Le marché leur proposera un choix de modèles encore plus vaste, avec des formes différemment cintrées, des twin tips encore plus larges et des rockers encore plus longs et plus sophistiqués : autant de fonctionnalités auxquels les différents groupes cibles pourront encore mieux s'identifier.

Le choix des modèles s'élargira aussi pour le groupe cible des randonneurs : des nouveaux modèles de ski seront proposés sur le marché, des skis toutefois encore plus légers, mais encore plus larges et suffisamment stables pour la descente, aussi bien pour le ski de rando, le ski télémark et le ski de piste.

### **La location boome**

S'il y a un secteur qui, indépendamment ou justement à cause de la crise financière, saura se maintenir à un niveau stable pendant l'hiver, c'est bien le secteur de la location, systèmes d'échanges de ski et loyers saisonniers inclus. Rien d'étonnant à cela vu que les skieurs moyens, qui ne passent qu'une semaine de vacances par an à la neige, achètent rarement pour

toute la famille des équipements de ski flambants neufs. Ceci signifie que les ventes de ski diminueront toujours plus à l'avenir, mais que, en revanche, les locations sur place vont se multiplier. Ainsi la location joue-t-elle déjà aujourd'hui, en France, un rôle plus important que les ventes. Certains fabricants répondent à cette situation par de nouvelles stratégies : « Nous voulons, par le slogan « try and buy », permettre aux consommateurs d'essayer des produits de qualité issus de l'état actuel de la technique », explique par exemple Thomas Rakuscha, Directeur Marketing et Gestion Produits chez Blizzard. « Il nous est possible, de cette manière, d'atteindre également ceux qui ne se sont encore jamais achetés de skis neufs et vont peut-être commencer à y réfléchir. Il faut dire qu'une paire de skis de qualité coûte aujourd'hui entre 500 et 600 euros. Celui qui ne passe qu'une semaine au ski par an se procure son équipement sur place. J'entends par là également les consommateurs qui sont enclins à l'achat, certes, mais sont dans un premier temps dépassés par le vaste choix de skis. La location est en tout cas à classer dans la catégorie « à essayer » – ce que je ne manque jamais de recommander ! On ne parle d'ailleurs aujourd'hui plus de ski de location mais de ski de démonstration ».

### **Les designs se pérennisent ou jouent le ton sur ton**

Côté esthétique, il nous faut constater deux tendances : Les surfaces, en partie brillantes et mates, se calment pour devenir presque intemporelles et prendre des airs d'élégance. Les tons dominants sont le noir et le blanc sur lesquels viennent s'inscrire des lettres de couleurs ou des lignes ondulantes d'où se dégage un semblant de dynamique et d'esprit sport. La surface des skis est souvent déclinée dans des tons unis, surmontés parfois de motifs ton sur ton ou de motifs holographiques haut de gamme. Ce sont là autant de signes manifestes d'une déco désireuse de succomber le moins possible aux caprices de la mode. Les skis de course arborent comme à l'accoutumée des rayures et des chiffres qui, quoique lentement plus décents dans leurs lignes, continuent à contraster par leur rouge, jaune, vert et orange criards.

Nettement moins courants sont en revanche les designs en vogue chez les jeunes skieurs, les freeriders et freestylers : déco extravagante représentant, par exemple, un squelette reparté de manière asymétrique sur les deux skis, motifs d'inspiration asiatique, graffitis, mangas, citations, plans du métro ou emblèmes hip-hop et poker style casino, le tout mis en valeur par des vernis brillants et mats ainsi que par des éléments transparents.

### **Les systèmes de fixation intégrés jouent la polyvalence**

Les spécialistes de la fixation proposent des systèmes perfectionnés pour une sécurité et une variabilité rehaussées, ainsi qu'une gamme élargie de systèmes de fixation intégrés pour enfants. Le système Schizo-Frantic-Insertsystem (Marker pour K2) permettra aux riders de la saison à venir de déplacer vers l'avant ou vers l'arrière leurs fixation à l'aide de quelques tours de vis et de procéder au réglage personnalisé de leur fixation en fonction du terrain ou des préférences personnelles. La position traditionnelle de la fixation s'utilisera pour le ski allmountain tandis qu'elle sera déplacée vers l'arrière pour le fun en poudreuse en faveur d'une déjauge

supplémentaire. Lorsque la fixation est en position centrale, le ski est idéal pour la descente en marche arrière et le park.

### **Les chaussures alpines marchent bien**

Le confort et la capacité d'adaptation de la chaussure à la morphologie du pied sont les thèmes qui captent toujours plus l'attention sur le marché florissant de la chaussure alpine : Les fabricants proposent pour cela de nouvelles possibilités d'adaptation à travers des chaussons thermoformables, entre autres dans le but d'obtenir de meilleurs résultats sur le plan orthopédique. Orthèses orthopédiques, systèmes de chauffage en cas de grand froid et aménagements au niveau du spoiler pour un chaussage et déchaussage facilités sont aujourd'hui les plus qui, combinés à une coque et à des garnitures de semelle plus souples et à des crochets conçus pour serrer sans comprimer, sont une source de confort supplémentaire auquel la chaussure alpine doit son succès sur le marché. A la fonctionnalité vient s'ajouter un design résolument mode, l'emploi des nouvelles technologies du thermoformage et de la thermo-injection permettant souvent la création de tout nouveaux looks.