

Revival

En octobre dernier, dans la foulée du Roc d'Azur, Fred Glo s'est embarqué pour l'Île d'Elbe afin de participer aux ITDE, International Three Days of Enduro, véritable course d'enduro de moto à l'ancienne, célébrant le 30^e anniversaire de l'édition des « 6 jours » de 1981. Et parmi toutes les anciennes gloires italiennes de l'enduro, Monsieur FMF en est revenu avec la victoire dans sa catégorie, au guidon de son HVA 240 de 1983.



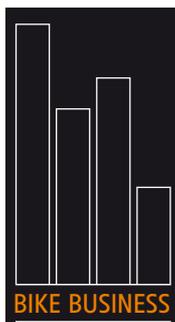
Retour

En attendant un prochain essai de ses vélos dans nos pages, comme sa gamme Range d'enduro, sachez déjà que depuis la fin de l'année dernière, la marque canadienne Norco est à nouveau distribuée sur le territoire, via la société Sunex, déjà titulaire de la carte Troy Lee Designs, entre autres. Miam ! Miam !

Fauves sur le Dakar

Conformément à ce qu'annonce le DG de Cycleurope (p. 114), la division auto de Peugeot épaula le département cycles, en communication notamment. La preuve avec cette photo dévoilant le nouveau venu dans la gamme Peugeot Cycles : le fat électrique, qui prend la pose à l'arrivée du Dakar 2016, en Argentine, en compagnie des pilotes du Team Peugeot

Sport-Red Bull-Total (de g. à d. : Carlos Sainz, Stéphane Peterhansel, le vainqueur, Cyril Despres, Sébastien Loeb).



LOOK

Look vient d'annoncer sa prise de participation majoritaire au sein de Corima, fabricant de roues haut de gamme pour la route. Les deux entreprises françaises, à la pointe de l'innovation et de la compétition, pourront ainsi développer de fortes synergies sur le plan industriel et de la recherche & développement. Des roues Corima pourront peut-être équiper les VTT Look dans quelque temps... affaire à suivre...



Bike Experience by Alltricks

Révolution dans la distribution ?

En 10 ans, Internet a révolutionné le commerce. En France, dans le cycle, Alltricks.fr est l'un des e-acteurs majeurs. Aujourd'hui, l'enseigne prend le contre-pied et lance Bike Experience, un magasin "connecté" situé à Coignières (78), non loin du siège. Pourquoi ?

Mickaël Austruy, responsable communication : « Il est important, pour certains clients de toucher les produits, de les essayer. Un site de vente physique est donc incontournable. »

Pourtant, un showroom de 250 m² permettait déjà de visualiser in situ le matériel...

« Avec Bike Experience, nous offrons une évolution de la vente traditionnelle et créons le magasin connecté ! »

« Oui, explique Mickaël, mais nous étions tenus de ne présenter que les produits que nous distribuons sur le net. De plus, l'acte d'achat devait passer par une borne. Cela limite l'intervention des vendeurs, le conseil. En œuvrant dans un système "classique", nous pouvons proposer des marques qui ne souhaitaient pas être référencées sur un site marchand. »

Seuls trois constructeurs sont représentés dans les 500 m² du local. « Nous avons choisi Trek, qui travaille déjà avec nous depuis quelques années pour la vente en ligne. Giant et Scott sont des nouveautés, absentes sur Alltricks.fr. Ces choix répondent à une demande des clients, ces deux marques ont une forte notoriété et une très belle gamme de vélos complets. De plus, Giant propose une belle gamme féminine avec Liv ; et Scott, une offre très large d'accessoires et de vêtements. »

Vers une franchise

L'offre est complète ; le lieu, vraiment séduisant, avec une grande superficie et une armée de conseillers. Un magasin complet

couplé à l'offre Alltricks (+ de 500 marques et 70 000 références). Une borne propose d'acheter tous les produits disponibles sur Alltricks et de les recevoir directement chez Bike Experience. Le client peut ainsi faire monter ses pièces dans le magasin en question ou bénéficier des conseils d'un professionnel ! Mais à la différence d'Internet, l'accès ne peut se faire depuis la France entière... à moins d'aimer se déplacer en voiture ! Pour que tout le monde

en profite, il faudrait qu'une franchise se développe. Mickaël :

« Proposer des franchises Bike Experience est à l'étude, nous avons déjà eu plusieurs demandes spontanées sur ce point. Notre force d'achat est importante puisque nous commandons de gros volumes chez nos fournisseurs. Nous travaillons avec de très nombreuses références. Aussi, les revendeurs pourraient bénéficier d'un accès à nos stocks, de tarifs avantageux et d'une visibilité supplémentaire. » Mais l'offre va encore au-delà, Mickaël précise : « Bien sûr, un magasin physique ne pourrait référencer tous nos produits, mais les bornes de ce magasin pilote seraient aussi présentes dans tous les Bike Experience à venir. Une commission sera reversée au magasin lorsque les ventes se feront par ce biais. » Avec un délai de livraison de 24 h, ce petit plus enrichira l'offre de Bike Experience, qui pourrait être couplée à Run Experience, un magasin dédié au running. Cette nouvelle enseigne se présente donc comme une petite révolution dans la distribution. Le début d'une longue histoire et l'arrivée d'un réseau de magasins connectés ?...