

Le plus grand Intersport de France vient d'ouvrir à Plan de Campagne sur 4 000 m<sup>2</sup>. Ce « navire amiral » permet au groupe, partenaire de l'Olympique de Marseille, de revenir avec force sur l'agglomération marseillaise.

## Intersport s'offre son plus grand magasin en Provence

### LES POINTS FORTS

- **L'étendue** de l'offre et sa mise en valeur.
- **L'agencement** équilibré des univers et l'atmosphère colorée.

### LES POINTS FAIBLES

- **L'espace « caisses »** semble restreint pour les jours de grande affluence.
- **Le rayon « enfants »** paraît un peu à l'écart.

« **N**ous ne pouvions laisser passer l'opportunité d'un tel emplacement, mais c'est un vrai défi », assure Judith Gourdon, sociétaire Intersport, qui a ouvert avec Stéphane Bourdin, le 25 mars,

le plus grand magasin de l'enseigne en France. Ces anciens cadres du groupe occupent l'ex-site des meubles Atlas, à Plan de Campagne, entre Marseille et Aix-en-Provence. On disait cette zone commerciale menacée par la prolifération des projets marseillais. Intersport montre qu'il croit en son devenir et s'offre dans les Bouches-du-Rhône, selon le président de l'enseigne, Jacky Rihouet, « une nouvelle référence pour le groupe », tout près de ses concurrents, Decathlon, Go Sport et Sport 2000. Totalement reconfiguré pour un investissement gardé confidentiel, le magasin s'étend sur deux niveaux de 2 000 m<sup>2</sup>. « *Le rez-de-chaussée est dédié à la pratique sportive, l'étage à la séduction, avec des gammes de sport et de loisirs approfondies. Nous voulons susciter envie et curiosité* », confie Stéphane Bourdin.

Dès l'entrée, chaque univers se déploie de part et d'autre d'une large allée : en face, camping et randonnée, à droite, maillots de bain, sandales,

serviettes et sacs de plage pour femmes. Tout sportif amateur ou aguerri, quels que soient son budget et l'objet de sa recherche, se voit proposer un choix dense, en sport individuel ou collectif. « *En Provence, les occasions de pratiquer sont multiples. Nous avons ciblé en particulier les disciplines en forte progression. Comme les femmes s'entretiennent beaucoup, l'espace running-fitness qui leur est dédié s'étend sur 500 m<sup>2</sup>* », indique Judith Gourdon. La place accordée aux chaussures a aussi valeur de test, avec deux espaces, l'un pour les modèles techniques, l'autre plus orienté mode et loisirs.

### L'OM en vedette

Deux escaliers permettent d'accéder au niveau supérieur. L'un conduit vers l'univers « enfants », l'autre sur un immense espace football, autour des marques Adidas et Nike. Deux mannequins vêtus des maillots de l'OM accueillent le client. Les Provençaux y trouveront la gamme du club. Ils cibleront les lendemains de victoire : quand l'OM inflige 6-1 à Toulouse, c'est 5 % de remise par but inscrit ! « *Bien que partenaire de l'OM, Intersport n'avait plus de magasin à Marseille. Avec celui rouvert à Grand Littoral, nous espérons accroître les ventes de maillots* », explique Stéphane Bourdin. Une communication massive a été organisée lors des matchs contre Lyon et le PSG. Sur le reste de l'étage, la clientèle se réjouira de la diversité des marques proposées et des promos valorisées sur de nouvelles têtes de gondoles. « *Nous sommes très observés* », s'amuse les deux dirigeants. Plan de Campagne fait office de « laboratoire » pour une enseigne qui programme d'autres ouvertures sur le Sud-Est en 2015. ■ **JEAN-CHRISTOPHE BARLA**

4 000 m<sup>2</sup>  
de superficie

40  
collaborateurs

25 000  
références

280 000  
flyers et 300 panneaux  
4 x 3 pour annoncer  
l'ouverture

60 €  
comme objectif de  
panier moyen, contre  
56 € sur des magasins  
« classiques »

Source : Intersport



**VISIBILITÉ MAXIMALE**

Donnant sur l'avenue principale de l'une des plus grandes zones commerciales d'Europe, la façade d'Intersport arbore écrans vidéo et panneaux d'affichage.



**POUR TIRER OU POINTER**  
Preuve de l'ancrage local ? Le choix de boules de pétanque !



© JEAN-CHRISTOPHE BARLA



**DE L'ESPACE**

Pour accompagner la pratique sportive, les univers « cycles », « musculation », « running » et « fitness » se déploient sur un large espace.

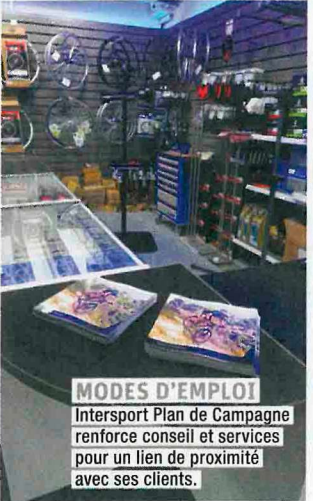


**TOUT EN BEAUTÉ**

Sur la pratique ou les loisirs, les univers féminins font la course en tête, avec des agencements aux couleurs chatoyantes.

« La superficie disponible a permis un agencement lisible et compréhensible par tout le monde. Grâce à l'engagement de la centrale et de notre équipe, le magasin ressemble vraiment à ce que nous voulions. »

**Stéphane Bourdin et Judith Gourdon**, sociétaires Intersport Plan de Campagne.



**MODES D'EMPLOI**

Intersport Plan de Campagne renforce conseil et services pour un lien de proximité avec ses clients.

**ÎLOTS PROMOS**

Les éclairages bleutés accentuent le rayonnement des couleurs. Les promotions « chaussures » sont mises en avant sous forme de petits îlots.



**CONFORT**

Aucun autre magasin Intersport en France ne compte deux niveaux aux surfaces identiques. Les allées spacieuses et lumineuses privilégient le confort de cheminement.

