



SPORTéco

Le journal indépendant des magasins de sport

SPORTéco n°854 | 8 janvier 2026

La montagne française séduit toujours les vacanciers

Montagne Résilience

A la veille du Winter Pro et du Ski Force Pro et de la découverte des skis et snowboards de l'hiver 2026-27, le marché affiche une dynamique... positive. En plaine et sur le web, les revendeurs ont profité à plein des premières chutes de neige durant l'automne et d'un bon Black Friday. Après un bon cru 2024-25, les magasins de station ont accueilli pendant les vacances de fin d'année une clientèle venue en nombre découvrir les joies de la montagne. Alors que la France s'enfonce dans un marasme politique et que les députés sont incapables de voter un budget, les professionnels de la montagne se préparent eux à passer une belle saison. De quoi aborder cette nouvelle campagne de précommande avec plus d'enthousiasme que l'an dernier. Si les chiffres de l'USC annoncent des commandes initiales - avant réassort - en hausse de l'ordre de 5 %, les fournisseurs regrettent, en off, la prudence des détaillants dans leurs achats. Avec près de 400.000 paires commandées, le ski alpin demeure, sans conteste, le principal moteur de l'économie de la montagne. Quelle industrie décide de se saborder alors qu'elle se porte bien ? Si le bouleversement climatique fait qu'il y a moins de précipitations en basse et moyenne altitudes, les stations de haute altitude ont encore un avenir radieux. Force est de constater qu'à trop taper sur le ski en l'accusant de tous les maux, il en est d'autant plus résilient et plus attractif aux yeux de centaines de milliers de touristes.

Bonne année 2026

Toute l'équipe de SPORTéco adresse à ses lecteurs et à leurs proches ses meilleurs vœux. Que 2026 soit remplie de joie, de bonheur et de réussite. N'oublions pas que nous sommes sur un des segments de marché qui apporte le plus de plaisirs aux Français. C'est une chance de travailler dans un tel univers !

OmniCanal !

SPORTéco vous donne rendez-vous du 26 au 28 janvier à Sport Achat. En 2026, nous allons continuer à vous accompagner à la fois avec nos journaux, notre site Internet, nos newsletters et nos réseaux sociaux.



Quel est l'impact économique du sport en France ?

Un effet Paris 2024

Selon les chiffres de la 4^e édition de BPCE L'Observatoire consacrée à l'économie du sport, le sport serait un moteur économique, social et territorial pour la France. Avec près de 80 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024, l'écosystème sportif représenterait 2,7 % du PIB.

La 4^e édition de BPCE L'Observatoire indique que l'économie du sport représentait sur l'année 2024 une activité de près de 80 milliards d'euros. Principale composante de l'économie du sport, la consommation des ménages en biens et services sportifs s'élève à 61 milliards d'euros, auxquels s'ajoutent 18,2 milliards d'euros d'investissement des différents acteurs de la filière. « L'achat et la location d'articles de sport constituent le premier poste de dépense des ménages qui y consacrent 21,8 milliards d'euros », indique le rapport. Plus précisément, les achats sont estimés à plus de 19 milliards d'euros dans les magasins spécialisés comme Décathlon et Intersport... De son côté, la pratique physique et sportive des Français induit une dépense de 31,6 milliards d'euros. « Près d'un tiers est réalisé dans

le cadre marchand (abonnement à une salle de sport, coaching sportif, tourisme...) et un peu plus des deux tiers restants proviennent du cadre non-marchand à travers la pratique associative, l'éducation physique et sportive scolaire et l'usage des équipements sportifs publics », précise l'étude. Enfin, les 7,5 milliards d'euros de consommation restante ne relèvent pas de la pratique sportive des ménages, mais renvoient à la consommation de services dans le sport spectacle. « Celle-ci correspond dans sa quasi-totalité à trois grandes catégories que sont les paris sportifs et hippiques, les événements sportifs professionnels, et les médias et la presse », précise BPCE L'Observatoire qui note une croissance de 31 % par rapport à 2019 du nombre d'entreprises du sport (147.000 entreprises concernées). (yf) •

Mips confirme sa position de leader

Spécialiste de la réduction des chocs rotationnels, Mips annonce l'acquisition de Koroyd. Le prix d'achat s'élève à 40 millions d'euros, sachant qu'un complément de prix pouvant atteindre 25 millions d'euros pour-

rait être versé si certains jalons de performance sont atteints. L'an dernier, Koroyd a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 11 millions d'euros et un EBITDA ajusté d'environ 5 millions d'euros. (yf) •

LES BREVES

Scott Mellin

Directeur mondial de la marque Salomon, Scott Mellin annonce sa décision de quitter l'entreprise au 1^{er} avril 2026. Il avait rejoint Salomon fin 2022.

Clément Morel

Clément Morel (ex-TopLoc et Wilson) vient de débiter une nouvelle aventure en tant que Senior Strategic Account Manager EMEA chez Brooks Running.

FESI

Vice-président et trésorier de la FESI depuis 2022, Michael Nendwich (VSSÖ) a été élu président de la fédération européenne. Grégory de Radigues, président de l'USC, intègre pour sa part la vice-présidence de la FESI et occupe le poste de trésorier.

Un départ chez Lululemon

Lululemon a annoncé le départ de son PDG Calvin McDonald, en poste depuis 2018. Il restera conseiller jusqu'en mars pour assurer la transition. La direction sera assurée par deux codirecteurs généraux intérimaires : Meghan Frank, directrice financière, et André Maestrini, directeur commercial. Cette annonce intervient alors que la marque affiche une croissance ralentie, notamment en Amérique du Nord. Un cabinet externe est chargé de trouver le futur président.

Une arrivée chez Dynafit

Le groupe Oberalp annonce la nomination de Philip Tavell (ex- Helly Hansen, Red Bull et Craft) à la tête de Dynafit à compter du 1^{er} février. Le dirigeant suédois succède à Benedikt Böhm, parti après 22 ans de bons et loyaux services pour de nouveaux projets entrepreneuriaux.



LES BREVES

Chozal'p Sports

Après 21 ans à la tête de la société Chozal'p Sports à Hauteluce, Fred Chassagne a trouvé un repreneur. L'agent commercial Nicolas Buisson a pris la gérance des deux points de vente avec sa femme Emmanuelle. « C'est un projet que nous avons en tête depuis longtemps. A la fin de l'hiver dernier, j'ai été contacté par un agent immobilier, spécialiste en transactions commerciales. Nous sommes assez rapidement tombés d'accord sur un prix pour une signature le 6 novembre », précise Nicolas Buisson qui souhaite rester un acteur de la distribution du matériel de sport avec son associé Corentin Collet (Wild Summit). « C'est ma femme qui est directrice des deux magasins, l'un situé dans la résidence Lagrange au centre du village d'Hauteluce et l'autre, sur le front de neige de l'Espace Diamant », précise le nouveau propriétaire. Spécialiste du ski de fond, Nicolas Buisson a déjà fait évoluer l'offre du magasin avec un parc de location dédié. « Nous avons la chance d'avoir une navette gratuite qui monte aux Saisies. J'ai enlevé tous les skis à écaille, pour les remplacer par des skis à peau. Je veux véhiculer une belle image du ski de fond, même si le ski alpin reste hyper majoritaire dans notre activité avec un parc d'environ 900 paires ». A date, le magasin n'affiche pas d'enseigne. « Nous sommes indépendants. Nous savons déjà que nous allons être démarchés. Je ne ferme pas la porte, mais je souhaite attendre 2 ans pour voir l'évolution du marché. Il y aura forcément de bonnes saisons et de moins bonnes saisons, comme il y en a eu par le passé. Aujourd'hui, grâce à nos connaissances en matière de préparation des pistes, nous sommes capables de couvrir ces aléas météo qui sont un peu plus importants qu'il y a 25 ans », affirme le nouveau commerçant.



Un nouvel agrandissement chez Snell Sports

Un investissement colossal

Quelques semaines après avoir célébré ses 90 ans, Snell Sports vient d'inaugurer un agrandissement de son magasin chamoniard. En rachetant le commerce voisin de 120 m², Olivia Snell perpétue une tradition familiale, modernise la présentation du textile et renforce son rayon trail.

Au fil des ans, plusieurs agrandissements ont marqué l'histoire du magasin Snell Sports, installé au cœur de Chamonix depuis 1968. « Chaque génération a conduit un agrandissement. 24 ans après le dernier agrandissement (3^e agrandissement, fait par la 3^e génération en 2001), je suis fière de pouvoir mettre ma pierre à l'édifice et de poursuivre le développement de Snell Sports », affirme Olivia Snell, à la tête du magasin familiale. « Le projet est arrivé sur le tapis au printemps 2024, suite au départ à la retraite de notre voisine qui exploitait le commerce Chamonissimo. Elle est venue nous voir en nous disant qu'elle allait vendre. Nous nous sommes tout de suite positionnés. Nous avons signé et nous avons commencé les travaux le 8 septembre », résume la gérante qui évoque des emprunts bancaires pour réaliser cette opération. « Nous sommes un client historique pour certaines banques et l'entreprise est très stable. Cela n'a pas été un gros souci, mais c'est vrai que c'est un

investissement colossal, notamment en pleine période de transmission d'entreprise. Ce n'était pas forcément un choix stratégique, mais quand il y a des opportunités il faut sauter dessus. Chaque mètre carré gagné est une opportunité de mieux accueillir nos clients et de rester fidèles à ce qui fait notre force depuis toujours : le conseil, la passion et l'humain ».

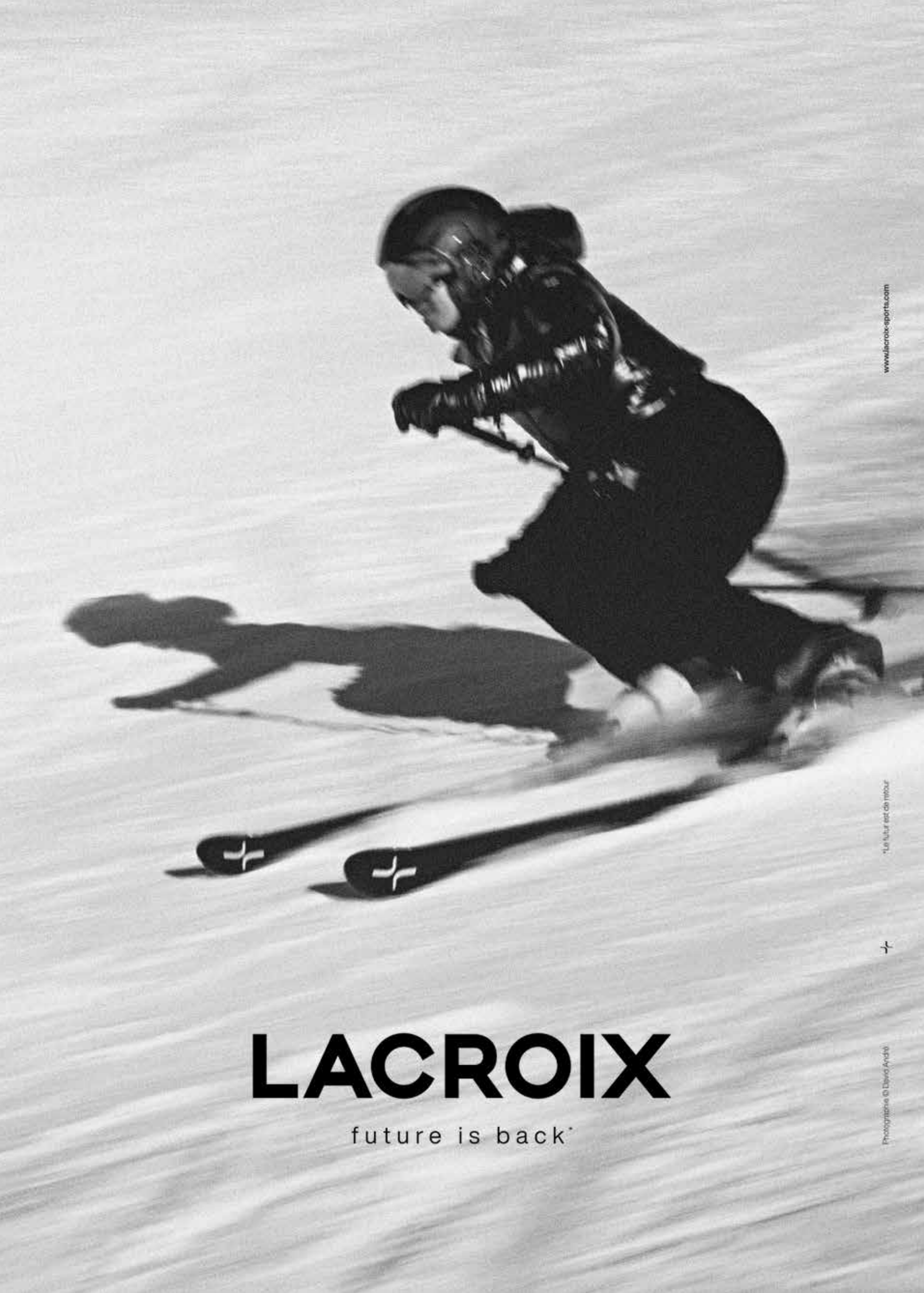
Une nouvelle organisation

En reprenant le magasin de 120 m², Snell Sports fait bien plus qu'augmenter sa surface de vente. « Nous avons cassé des bureaux et des murs porteurs et tout le système incendie a été refait. Le chantier était vraiment colossal. Nous avons commencé le 8 septembre, tout de suite après l'UTMB et la braderie des commerçants. La deadline a été fixée au 20 décembre pour le début des vacances scolaires. Par chance nous n'avons pas pris une seule journée de retard », explique Olivia Snell. Les équipes en ont profité pour revoir

l'organisation du point de vente. « Nous nous sommes demandé comment réorganiser les rayons avec cette surface supplémentaire. Nous avons un peu de retard par rapport à la mise en avant des produits textiles et surtout au niveau de l'organisation du magasin. Nous sommes donc partis sur un concept beaucoup plus prêt-à-porter avec du mobilier sur mesure. Le magasin comprend désormais deux portes principales, l'une dédiée aux équipements et l'autre aux textiles. L'ensemble reste évidemment relié à l'intérieur du magasin. L'offre est mieux mise en valeur. Nous avons référencé deux nouvelles marques premium avec Mountain Studio et Houdini. Nous référençons déjà Fire and Ice de Bogner », indique la responsable du magasin qui n'a pas souhaité s'associer avec une marque pour un shop in shop ou du mobilier brandé. « Le mobilier restera propre au magasin. On ne voulait pas être dépendant d'une marque ». A noter que ces travaux permettent au magasin de proposer un rayon trail à l'année. « Le rayon trail disparaissait l'hiver. Aujourd'hui, nous allons vraiment pouvoir installer un univers dédié qui regroupe les bâtons, la nutrition, les chaussures et tout l'équipement hors textile », conclut Olivia Snell. (yf) •



Olivia Snell pose auprès de ses parents, anciens gérants du magasin Snell Sports.



www.lacroix-sports.com

*Le futur est de retour



Photographie © David André

LACROIX

future is back*

Capucine Blanchoz, gérante de Belle Plagne Sports

Un quadra responsable

A la tête de l'entreprise familiale Belle Plagne Sports, Capucine Blanchoz a fêté en 2025 les 40 ans du groupe. Avec deux magasins (Belle Plagne Sports 1 : vente et location de matériel, Belle Plagne Sports 2 : 100% dédié à la location), l'entreprise compte 23 employés en saison pour un parc de location de 2.500 paires. Membre du réseau Skiset depuis ses débuts, le point de vente arbore cet hiver une nouvelle façade et une nouvelle signalétique intérieure aux couleurs de la nouvelle identité de marque de l'enseigne. Consciente des changements climatiques, la gérante a fait réaliser un premier bilan carbone de son entreprise et attend des JO 2030 un équilibre entre le spectacle, le bénéfice collectif et la protection de l'environnement.

Belle Plagne Sports fête cet hiver ses 40 ans. Pouvez-vous revenir sur l'histoire de cette entreprise familiale ?

Belle Plagne Sports a été créée par mes parents. Mon père, Edmond Blanchoz, a fait partie des pionniers du domaine skiable de la station et a participé à son développement. Il a été l'un des premiers associés des remontées mécaniques avant d'ouvrir en 1985 l'un des premiers magasins de location de skis en plein cœur

rejoint par mon mari (Jean-Jacques Vaudey, entrepreneur dans le bâtiment). Nous avons connu des belles saisons, des saisons plus contrastées, nous nous sommes modernisés, mais nous avons toujours eu à cœur d'apporter la meilleure expérience à nos clients et collaborateurs. Depuis quelques années, Lucas, le fils de mon mari nous accompagne dans cette belle aventure. Formé au métier de skiman et au management, il incarne la troisième génération de la saga familiale.

mais j'ai toujours été animée par l'amour des montagnes transmis par mon père. Je ne m'imaginais pas vivre ailleurs. Paris fera toujours partie de ma vie, mais la montagne a toujours été dans mon cœur et nécessaire à mon équilibre de vie. L'humain est au cœur de notre stratégie. C'est la clé pour offrir à nos clients le meilleur service possible.

En 40 ans, le monde du ski a bien changé. Que reprenez-vous de ces années ? Qu'est-ce qui a le plus évolué ? Peut-on dire que c'était mieux avant ?

Le monde du ski a connu une transformation profonde, tant sur le plan technologique, que sur le plan écologique. L'évolution la plus spectaculaire est sans aucun doute celle du matériel de ski qui est plus sûr et plus accessible.

« Nous avons toujours tendance à penser que c'était mieux avant. Mais dire que c'était mieux avant relève surtout de la nostalgie. Le ski n'est ni meilleur, ni moins bon, il est juste différent. »

époques. Nous avons toujours tendance à penser que c'était mieux avant. Mais dire que c'était mieux avant relève surtout de la nostalgie. Le ski n'est ni meilleur, ni moins bon, il est juste différent.

Vous avez ouvert votre second magasin à l'occasion des Jeux Olympiques d'Albertville, en 1992. Quel est votre regard sur les JO Alpes 2030 ? Qu'en attendez-vous ?

Ces JO sont une occasion de mettre en valeur la montagne, mais ils sont un vrai défi écologique. La clé du succès reposera sur un équilibre entre le spectacle, le bénéfice collectif, et la protection de l'environnement. C'est ce que nous attendons en tant que socioprofessionnel. Nous espérons que cela apportera une belle image de nos stations.

Comment imaginez-vous la suite ? Quelles sont vos craintes et préoccupations ?

La suite nous l'imaginons avec Lucas qui est désormais la 3^e génération de cette belle aventure. Nous sommes et serons toujours animés par la passion de nos montagnes et de notre métier ainsi que par la volonté d'apporter une qualité de service et de matériel irréprochable. Nous sommes évidemment concernés et attentifs à la question du réchauffement climatique, mais nous sommes confiants en l'avenir. Nous avons la chance de travailler dans une station qui culmine entre 2.000 et 3.000 mètres d'altitude. Notre premier bilan carbone a été une étape structurante dans la vie de notre entreprise. C'est un vrai outil de diagnostic qui a permis de poser les bases de référence. Un premier bilan n'a pas vocation à être parfait, l'enjeu étant surtout la cohérence et la capacité d'agir derrière. Il ne s'agissait pas de dire « nous sommes vertueux », mais plutôt « voilà où nous en sommes et voilà comment nous allons avancer ».

Propos recueillis par Yohan Finkiel



A la tête de Belle Plagne Sports, Capucine Blanchoz œuvre en faveur de la ligue contre le cancer du sein via des dons, la mise en place d'un arrondi solidaire en caisse et l'organisation du trail sur neige caritatif Odyssea (prochaine édition 4 mars 2026) en partenariat avec Skiset.

de Belle Plagne. Avec ma mère, ils ont inauguré le second magasin pour les JO de 1992 et le 3^e en 1998 (revendu depuis). Nous avons fait partie des premiers à rejoindre le réseau Skiset en 1995. Plus qu'une enseigne, c'est une grande famille, qui nous tire vers le haut et nous accompagne pour relever de nouveaux défis. Après le décès de mes parents, il y a 20 ans, j'ai repris la suite et il y a 15 ans j'ai été

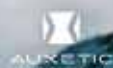
Après une enfance à Paris et un master en finance, pourquoi avoir décidé de reprendre l'entreprise familiale ?

J'ai grandi entre la Plagne et Paris. Ma scolarité était partagée entre Paris sur les hors saisons et la Plagne en saison. J'ai eu la chance de pouvoir grandir dans ces deux univers totalement différents,

DISCOVERY



DISCOVERY 82 PRO + PROTECTOR EVO PR 11



POWER

YOUR

PROGRESSION

HEAD

Black Side change de main

Pour un nouveau départ

A Flaine, Jean-Michel et Nathalie Grisey ont vendu à l'automne dernier leur concept store Black Side. C'est Lionel Gisclon et son épouse France que reprennent les commandes de l'entreprise qui mêle restauration, location de skis et vente de matériels de sport.

C'est un nouveau couple qui est désormais à la tête du magasin Black Side à Flaine. Lionel et France Gisclon ont quitté Lyon et sa presqu'île pour le grand air de la montagne. « Avec ma femme, nous cherchions depuis plusieurs années une opportunité pour aller vivre à la montagne. Nous sommes tombés sur cette affaire qui avait la particularité d'avoir une partie restauration, une partie location et une partie vente. Cela a vraiment pesé dans la balance », précise Lionel Gisclon. Artisan à son compte depuis 25 ans et commerçante dans la maroquinerie depuis presque 20 ans, le couple a débuté une nouvelle vie loin de la pression du centre-ville de Lyon. « Nous souhaitons baigner dans cet univers du ski qui nous a

toujours attirés. Nous sommes des amateurs de ski et de randonnées. Nous avons été séduits par la station, aussi bien en hiver qu'en été, et par sa clientèle familiale. L'ambiance nous plaît beaucoup », précise le nouveau gérant. Jean-Michel et Nathalie Grisey ont formé leurs successeurs pendant l'été.

Plus de gourmandise

« Ils nous ont transmis leur savoir-faire et leur passion. Nous avons gardé la même équipe composée de six saisonniers et nous comptons bien conserver la même approche. Ce serait trop prétentieux de dire que nous allons tout faire nous-mêmes », précise le couple qui va simplement apporter un peu plus de gourmandise à la carte. « La restauration



Lionel Gisclon et son épouse France se lancent dans un nouveau projet.

impose des contraintes assez importantes avec des normes d'hygiène, du stock, des chambres froides. Cette affaire est un petit bateau à manœuvrer avec précaution », poursuit le cinquantenaire. « On se projette au minimum pour une quinzaine d'années. On espère tenir

aussi longtemps que l'on pourra. Ce n'est pas le travail non-stop qui nous effraie, mais plutôt la question de savoir à quel niveau de fatigue nous allons finir la saison », s'interroge le gérant qui cherche encore un nouveau produit pour se différencier de ses concurrents l'été. (yf) •

Louis Sgoluppi s'offre Altisports Precision Ski à Valberg

Travail en famille

Après une première expérience au service pro de Nordica, Louis Sgoluppi a été représentant chez Cairn, Scott et Lhotse. Depuis cet été, il est passé de l'autre côté de la barrière avec la reprise du magasin Altisports Precision Ski Valberg. Un choix réfléchi et assumé pour le nouveau commerçant, également moniteur de ski.

Fils et frère de moniteurs de ski et lui-même diplômé, Louis Sgoluppi a repris cet été le magasin Altisports Precision Ski à Valberg. Pourtant, depuis ses études au Cesni à Chambéry, il avait pris l'habitude d'être du côté des marques. « J'ai fait mes trois ans d'alternance chez Nordica au service pro. Par la suite, j'ai travaillé comme représentant commercial pour le secteur sud-est chez Lhotse, puis chez Scott et Cairn. Avec ma femme, nous avons ce projet de reprendre une affaire depuis quelque temps, mais pas n'importe quoi et pas n'importe où. Nous avons visité plusieurs magasins, mais sans

succès. Il s'avère que cet été, je suis monté à Valberg et j'ai discuté avec les propriétaires d'Altisports que j'avais comme clients chez Scott. Ils m'ont annoncé qu'ils vendaient le magasin pour changer de vie. Nous nous sommes montrés intéressés, car Valberg est une station située à 1.700 m d'altitude et qui accueille du monde toute l'année », explique celui qui a rejoint l'école de ski de la station. « Le fait d'être moniteur de ski offre une soupape de sécurité », souligne Louis Sgoluppi. Le couple a rapidement trouvé un appartement et une place en crèche pour leur fils. « C'est loin d'être un coup de tête. Nous avons trouvé la sta-

tion familiale qui nous correspond. Ma femme a une fille de 21 ans qui va travailler avec nous cet hiver. J'ai toujours été habitué à travailler en famille. Mon père avait un commerce de fruits et légumes ». Les nouveaux gérants ont repris l'intégralité des commandes de la saison dernière. « Nous avons un parc de près de 300 skis. J'ai revu un petit peu l'offre du magasin en faisant rentrer du matériel Nordica et Blizzard. L'idée reste toutefois de continuer sur la lancée du magasin qui était en croissance », indique le nouveau commerçant qui se réjouit déjà d'un bon début de saison. « Nous avons ouvert le magasin lors des premiers week-ends de décembre et nous avons eu du monde. Les remontées ont ouvert une semaine plus tôt que l'an dernier », se félicite Louis Sgoluppi. Le magasin sera ouvert tous les jours jusqu'au 15 avril, puis les week-ends du mois de mai et du 15 juin au



30 septembre. Le nouveau gérant qui a terminé deux fois l'Etape du Tour étudie la possibilité de proposer des vélos de route en location. Le commerçant a déjà repris contact avec Scott à la fois sur la partie vélo et sur la partie trail. (yf) •

S/PRO SUPRA DUAL BOA® 130

LIBÈRE TOUT TON POTENTIEL

SALOMON



En 2026, Rossignol repense sa gamme Hero

Pour l'amour de la course

Marque numéro 1 sur le marché français selon les chiffres de l'USC, Rossignol présente pour l'hiver 2026-27 une nouvelle gamme Hero. La famille star de la marque française mise sur de nouvelles technologies issues du racing pour plus de confort et de plaisir sur les pistes.

Le 14 octobre dernier, à Saint-Jean-de-Moirans au siège du groupe, Vincent Wauters, le président de Rossignol, a présenté à une centaine de clients français les ambitions de la marque. « C'est un moment important pour nous avec cette année olympique qui arrive, mais c'est aussi une année clé dans notre développement stratégique. Notre but est de déployer le plein potentiel de la marque Rossignol comme marque de sport de montagne. Et pour ce faire, nous allons nous appuyer sur notre authenticité, nos 118 ans d'histoire, notre amour de la montagne et du sport », a souligné le président du groupe citant une étude plaçant Rossignol en tête du classement des plus belles marques de sports aux yeux des Français à égalité avec Adidas. « La marque est plus grande que son business actuel. Notre axe stratégique est relativement simple, mais solide. Il repose sur notre cœur de métier historique qui est l'équipement de sport d'hiver et sur notre ADN d'innovation et de performance. A partir de cette base, toujours renforcée, le but est de déployer des équipements et des chaussures qui accompagnent les activités sportives en montagne. Cela nous permet d'être cette marque de montagne qui fait rêver chaque saison, une marque de sport de montagne qui peut s'illustrer à travers des produits qui associent innovation, performance et élévation de style ».

Band of Heroes

Pour l'hiver prochain, la marque reconduit son offre all mountain avec Arcade. C'est sur la piste que la marque prend la parole avec sa gamme Hero. « C'est une nouvelle histoire, une nouvelle identité colorimétrique, un nouveau développement », précise Loïc Suiffet, chef des ventes chez Rossignol qui présente le slogan de cette

nouvelle gamme « *For the love of race* ». Rossignol introduit deux technologies avec le Power Tip et le Predictive Sidecut. « La première crée une liaison structurelle entre la couche de Titanal interne et l'insert spatule. Cela se traduit par un meilleur transfert d'énergie dès la mise en courbe, augmentant ainsi l'éner-



Vincent Wauters, président de Rossignol, veut faire de Rossignol une marque de sport de montagne.



gie ressentie tout au long du virage. Le profil allégé offre une entrée de virage plus rapide et fluide, ainsi qu'une sensation de contrôle absolu », indique le responsable de la marque. « Le Predictive Sidecut prend le relais, faisant entrer le ski dans une nouvelle ère de conduite de courbe intuitive. Ce nouveau

rayon évolutif tout au long du ski répond à chaque phase unique du virage », indique le chef des ventes qui n'oublie pas de citer la technologie Line Control Technology (LCT) avec l'intégration du « rail central » dans le noyau de bois qui élimine la contre-flexion pour assurer un contact stable et constant avec la neige. Dans le détail, la gamme Hero conserve les mêmes prix et la même nomenclature avec le Hero ST TI, le Hero LT TI, le Hero MT TI CAM (Carbon Alloy Matrix) et le Hero MT TI CA (Carbon). Sur l'offre Master, la marque indique revoir la taille du Hero Master ST qui est disponible en 4 tailles du 155 cm au 175 cm. A noter que la gamme

nouveau décor sur toute la famille Nova. « La gamme Nova a été conçue pour offrir à chaque skieuse un ski qui inspire confiance dès le premier regard. Nova permet de progresser, d'oser plus, de s'assumer davantage », indique Loïc Suiffet qui met en avant la technologie Adaptive Flex (Assist Flex pour les Nova 2 et 4, Active Flex pour les Nova 6 et 8 et Boost Flex pour les Nova 10 et 14). « La seule différence entre un homme et une femme, c'est le poids et la puissance. Nous avons donc des skis femmes qui sont légèrement plus souples, adaptés à leur puissance en jouant sur les épaisseurs de noyaux, les épaisseurs de fibres. On intègre bien sûr l'écoconception avec



En 2026, Rossignol se concentre sur les femmes avec une nouvelle cosmétique sur la gamme Nova.

notre résine biosourcée », poursuit le chef des ventes. La grosse nouveauté de l'hiver prochain concerne le design. « Le constat de départ est que les skis haut de gamme de la concurrence sont globalement noirs ou blancs. L'idée était d'essayer d'apporter autre chose en termes de décors », précise le représentant de la marque. Il ressort des groupes de travail 3 types de couleurs en fonction des cibles. Le Tonic Sunset reprend les codes du sport avec un corail-rose sur le Nova 14. Des tons un petit peu plus neutres comme la lavande couvrent le milieu de gamme quand des couleurs plus douces comme le beige et le bronze qui appellent à la confiance couvrent l'entrée de gamme. « Nos collections sont élaborées par des femmes qui connaissent parfaitement les besoins de chacune et savent comment parler à la consommatrice », précise la marque. (yf) •

VÖLKL



**ALWAYS
FASTER
THAN
YESTERDAY**

**WE
ARE
VÖLKL**

***TOUJOURS PLUS
RAPIDE QU'HIER**



BECOME THE BEST
SKIERS YOU CAN BE:
WITH THE NEW
**VÖLKL
RACETIGER SL.**

Salomon fait évoluer son offre winter

De la piste au freestyle

Depuis sa fondation en 1947 à Annecy, Salomon reste fidèle à son esprit d'innovation et à son ancrage alpin. Pour l'hiver 2026-27, la marque fait évoluer ses gammes de fixations, de chaussures et de skis avec la volonté de marier performance technique, design épuré et engagement durable. Une philosophie que l'on retrouvera l'hiver prochain dans la nouvelle gamme S/Max dédiée à la piste, mais aussi dans le segment all mountain avec le S/Lab QST-X ou dans le freestyle avec le nouveau Départ.02.



Joblige, Salomon présente pour 2026 une gamme baptisée S/Lab Equipe, déclinaison des skis de compétition. Cette nouvelle famille sera dévoilée officiellement lors des JO de Milan Cortina avec une identité visuelle unifiée, moderne et novatrice. « En réunissant compétiteurs, experts produits et fans passionnés, nous alimentons la flamme qui nous fait tous avancer », précise la marque basée à Annecy. Sur un plan plus commercial, Salomon se félicite du succès de

sa gamme Addikt, dont le modèle Addikt Pro 76 doté de la technologie Motion Tail et d'un patin de 76 mm. « C'est le ski idéal pour alterner virages courts et longs et dévaler les pistes en toute confiance, quelles que soient les conditions de neige. Il remporte un gros succès sur tous les tests », indique Anthony Gazzillo, responsable marketing et influence wintersports chez Salomon. Pour l'année prochaine, la gamme est logiquement reconduite, mais l'offre piste évolue avec l'ajout d'une nouvelle technologie dans la famille S/Max. « Le nouveau sys-

tème PowerControl (PCS), avec ses inserts en liège dans la couche de titane, amortit les vibrations et augmente la précision, permettant ainsi de rester stable même à grande vitesse », indique le représentant de la marque. Chez l'homme, le S/Max 12 est doté de cette nouvelle technologie avec un noyau Karuba / peuplier, une double plaque Titanal et un rayon de 14 mètres en 170 cm. Les modèles S/Max 10 et 8 seront fabriqués à partir de chants recyclés avec une interface plus classique, un rocker plus prononcé à l'avant et la technologie Edge Amplifier SL. Chez la femme, le S/Max N°14 repend des technologies issues de la compétition avec un noyau en bois de peuplier et Karuba, ses couches de Titanal, un chant ABS de 7 mm et le système PowerControl. La gamme se décline avec le S/Max N°12 (double TI), le S/Max N°10 (simple TI) et le S/Max N°8.

Pour tous les terrains

Sur le segment all mountain, Salomon reconduit l'offre Stance, dont le Stance Pro 96, doté d'une construction dynamique en Karuba et peuplier. La gamme QST, du 94

au 106, évolue avec l'ajout d'un ski S/Lab QST-X qui reprend le concept de S/Lab QST Echo 106, mais avec 116 mm au patin et un rocker prononcé. « Ces skis permettent de flotter dans la poudreuse à perte de vue, tout en restant performants sur tous types de terrains et dans toutes les conditions. Ils sont dotés d'une toute nouvelle pièce unique de liège et de TPU injectée, positionnée dans le profil rocker de la spatule et du talon. La couche C/FX, composée de fibres de carbone et de lin tissées ensemble, combine la résistance, la stabilité et le poids minimal du carbone avec le niveau d'amortissement accru du lin », précise Anthony Gazzillo. L'offre QST a aussi été repensée afin d'être plus polyvalente. « Avec une largeur éprouvée de 106 mm et un shape freeride progressif repensé, le QST 106 s'attaque à tous les terrains avec style et finesse. De la spatule au talon, les skis QST intègrent des fibres de basalte sur toute leur longueur, parfaitement associées à de la fibre de verre. Cette combinaison de fibres garantit un flex inégalé, optimisant les performances tout en offrant une accroche exceptionnelle sur toute la surface », indique la marque.

Le freestyle aussi

Ce n'est pas tout puisque Salomon annonce son retour dans l'univers du freestyle. Le modèle Départ.01 en 106 mm voit l'arrivée du Départ.02 en 100 m. « C'est bien plus qu'une simple ligne de freestyle. Elle représente une vision audacieuse, un engagement à proposer une approche résolument créative du ski tout en révolutionnant les fondements mêmes de l'industrie alpine. Les skis Départ incarnent l'énergie et la créativité des skieurs, aboutissant à un concept non seulement fonctionnel, mais aussi un véritable reflet de la culture du ski freestyle », annonce Salomon. Plus étroit et plus versatile que son aîné, le Départ.02 reprend le noyau 100 % karuba/peuplier avec insert en Titanal de carre à carre qui court sur toute la longueur du ski. Un ski qui sera également décliné chez le junior. (yf) ●

Des montagnes à Paris

Salomon a inauguré mi-décembre son Paris Hub, un espace de 1.500 m² au cœur du



10^e arrondissement de la capitale. Conçu comme un pôle créatif et stratégique, il doit permettre à la marque d'accélérer son impact mondial et de redéfinir le mode de vie moderne des sports de montagne. « Aujourd'hui, nous apportons notre ADN de montagne dans l'une des capitales culturelles les plus dynamiques du monde. Le Paris Hub est bien plus qu'un simple showroom. C'est un moteur expérientiel d'innovation, de communauté et d'expression

de marque. Ici, la performance rencontre la culture, et le patrimoine technique se connecte au mode de vie contemporain », précise la marque. Ce nouvel espace sera notamment utilisé pour les lancements de produits mondiaux et des réunions avec les partenaires, les athlètes et les détaillants. « Ce sera une scène centrale pour la présence de Salomon lors de la Fashion Week de Paris 2026 », précise la marque.



For the love of race.

HERO ST TI

Explosif dans l'esprit, contrôle augmenté,
puissance sans compromis.



ROSSIGNOL

Après la piste, Dynastar repense son offre M-Line

Un refresh cosmétique

Deuxième marque du marché français selon les chiffres de l'USC, Dynastar présente pour l'hiver 2026-27 un refresh cosmétique sur ses familles M-Line (all mountain avec M-Cross, freeride avec M-Pro et freeride progressif avec M-Free). Des designs forts et assumés pour la marque du groupe Rossignol qui est devenue partenaire du Freeride World Tour pour les 3 prochaines saisons.

Impossible d'évoquer l'actualité de Dynastar sans évoquer la fermeture de son usine historique à Sallanches. « La fermeture du site de production de Sallanches est avant tout un choix industriel afin de rester compétitif. Le made in France était un plus, mais il était de plus en plus difficile de le valoriser aussi bien en location qu'à la vente. Surtout, ce n'était pas un élément déterminant dans l'acte d'achat. Il a été décidé de concentrer la production sur un seul site. L'usine d'Artes en Espagne nous permet de proposer des skis moins chers à la fois pour des raisons de coût du travail et de coût de l'énergie. L'usine espagnole est plus moderne et mieux équipée », explique Romain Ruffet-Bon-Corps, Sales Manager France chez Dynastar. La marque du groupe Rossignol entend bien continuer à innover et à ne faire que du ski pour la piste, le freeride et la randonnée. La marque est devenue partenaire du Freeride

World Tour et a prolongé le contrat de Clément Noël. Une autre signature est annoncée pour ce début d'année. « Dynastar est une marque spécialiste multisegment et arrive en deuxième place du classement établi par l'Union Sport et Cycle. Cet hiver, la grosse nouveauté était sur la piste que ce soit en Race ou avec l'offre Speed. Nous avons eu de bons référencements chez les centrales, notamment sur les produits 550 et 650. Ces skis se distinguaient par leur skiabilité et leur graphisme qui marquait une rupture pour la marque. Les équipes ont voulu appliquer la même recette dans l'univers M-Line qui comprend le all mountain avec M-Cross, le freeride avec M-Pro et le freeride progressif avec M-Free ». Un refresh cosmétique complet qui vient épouser l'esprit M-Line et renforcé la cohérence et la lisibilité de cette offre.

Sans surprise, la marque mise de plus en plus sur son concept Hybrid



Pour l'hiver prochain, pas de révolution technologique dans la gamme Dynastar, mais un effort réel sur le graphisme des skis.

Core 2.0, l'alliance du PU et du bois permettant notamment de réduire l'impact environnemental des skis. Cela concerne désormais plus de 50% des skis du catalogue. En termes de nouvelles structures et de nouveaux développements, Dynastar introduit le M-Free 94. « Nous allons continuer à investir le milieu du freeride pour rajeunir notre audience », précise Romain Ruffet-Bon-Corps qui met en avant une charte graphique avec plus de dégradés et des effets organiques. « Le M-Free 94 va être la porte d'entrée de la gamme M-Free. Comme

ses grands frères, c'est un ski léger avec beaucoup d'accroche et un rayon court. Unisexe, il sera proposé sur une large grille de taille, du 150 cm au 185 cm », indique le responsable de la marque qui n'oublie pas de citer le M-Free 90 pour la location. A noter également l'arrivée d'un M-Tour 94 qui se décline du 160 cm au 186 cm. « C'est l'équivalent du M-Tour 100, plébiscité par les guides, mais dans une largeur un peu plus étroite. Il se distingue par son poids de 1,3 kg en 170 cm et son prix de vente public agressif à 550 euros ». (yf) •

Nordica entre en piste

Des skis évolutifs

Grosse nouveauté de cet hiver chez Nordica, le ski Dobermann Multipista DC va voir sa famille s'agrandir en 2026-27. La marque se félicite du lancement de ce modèle dédié à la piste et entend offrir à ses revendeurs des skis évolutifs qui s'adaptent à toutes les conditions de neige.



L'an dernier, lors du Ski Force Pro, Nordica présentait le ski Dobermann Multipista DC, doté d'un plus grand rocker que le Dobermann Multigara DC pour faciliter l'entrée en virage et d'un talon plus rond. « Ce ski a vraiment la faculté de s'adapter à ce qu'il se passe en offrant une performance constante, quelles que soient les conditions de neige », affirme Julie Courenq-Thomas, Marketing Manager Nordica France. Pour l'hiver prochain, la marque a déci-

dé d'étoffer cette offre avec pas moins de trois nouveaux modèles. Nordica va lancer Dobermann Multipista DC 80, déclinaison du Dobermann Multipista DC 74. La marque entend rendre plus accessible ce ski et annonce le Multipista DC 80 TI et le Multipista DC 74 TI. A la différence du grand frère Dobermann Multipista DC vendu 1.150 euros, ces deux modèles n'intègrent qu'une seule plaque de Titanal de 0,4 mm pour un prix de vente public de 900 euros. Même

logique avec la gamme Dobermann Multigara DC qui voit l'arrivée l'hiver prochain d'un Multigara DC 74 TI et d'un Multigara DC 68 TI. Ce n'est pas tout puisque Nordica présente le modèle Dobermann Multigara Dept qui intègre la technologie inspirée de la Coupe du Monde. « La couche d'élastomère Pulse Core est prise en sandwich entre deux noyaux en bois pour un amorti amélioré, tandis que deux couches de Titanal (0,4 mm en dessous et 0,6 mm au-dessus) optimisent le transfert d'énergie et la stabilité », précise la marque qui a également revu le design de ses skis de la gamme Enforcer. (yf) •



THERM-IC



EMBRACE
THE OUTDOORS

therm-ic.com

ALL CONDITIONS SOLUTIONS

En 2026, Atomic va poursuivre sur sa lancée

Un multispécialiste du ski

Avant la présentation de sa nouvelle chaussure Nexus, dans le numéro de SPORTéco 855 du 26 janvier, Atomic poursuit sur le ski ce qu'elle avait commencé pour cet hiver. La marque se concentre aussi bien sur son offre dédiée à la piste avec la refonte de sa gamme premium Volant, que sur le freestyle avec l'introduction d'un nouveau Bent Decode.

Pour l'hiver 2026-27, Atomic renouvelle son offre... Volant. La marque, désormais travaillée comme une gamme du catalogue Atomic, est revue dans son intégralité avec une nouvelle construction. « Les ingénieurs sont partis d'une feuille blanche. L'offre comprend trois skis, trois niveaux de gamme, avec toutes nos meilleures technologies et une fabrication à la main à Altenmarkt en Autriche. La marque se repositionne sur le segment du premium, mais avec plus de skiabilité », indique Julien Tournier, Marketing Manager France chez Atomic qui met en avant un mix premium et performance. Le Volant 9000 qui sera vendu 2.200 euros, conserve son aspect métallique, avec un

topsheel en inox inoxydable, et sera composé de chants droits sur toute la longueur et d'une plaque Titanal jusqu'au bord du ski. « La différence entre les 3 modèles s'explique par les alliages et les renforts utilisés. Le Volant 5000 est plus adapté à une clientèle intermédiaire », pré-

« La France est le deuxième vendeur de Maverick derrière les Etats-Unis et le troisième vendeur de Maven derrière les Etats-Unis et le Canada. »

cise la marque qui indique aussi avoir travaillé sur la durabilité de cette gamme. Pour le reste, l'offre piste d'Atomic évolue peu, mais poursuit sa refonte. La marque avait revu sa famille Redster pour cet hiver 2025-26 avec la nouvelle



couleur "red tension", une version plus intégrée du Revoshock sur l'avant et le "Carbon Boost" juste derrière la talonnière. Pour l'hiver prochain, la marque introduit le Revoshock Light sur le Redster G7 et S7. Carry over l'an dernier, les gammes Redster Q et Cloud Q vont être revues pour l'hiver prochain avec le Revoshock S sur le Cloud Q14 et le Revoshock C sur le Cloud Q 12. « La ligne Q se caractérise par ses skis pour toutes les conditions de neige et sa largeur sous le pied un peu plus importante. Avec notre offre piste qui va de Volant aux modèles Redster Q, nous finalisons la refonte de nos gammes dédiées à la piste. La gamme se veut cohérente, variée, pour tous les usages et sexy puisque la cosmétique est aussi importante en freeride que sur la piste », résume Julien Tournier.

Une offre plus core

Sur la partie all mountain freeride, Atomic reconduit les Maven chez la femme et les Maverick chez l'homme avec une nouvelle cosmétique. « La France est le deuxième vendeur de Maverick derrière les Etats-Unis et le troisième vendeur de Maven derrière les Etats-Unis et le Canada », précise Julien Tournier. Pour le freeski, la gamme Bent (de 85 à 120 mm) change de graphisme. « Le Bent 100 demeure la meilleure vente, talonné par le

Bent 90 qui séduit de plus en plus de gens pour son côté freestyle all mountain », indique Julien Tournier qui annonce pour 2026-27 un nouveau modèle Bent dans la famille. Il s'agit du Bent Decode, des skis de park, spécialement conçus pour les riders confirmés. « Il sort du lot par rapport à son graphisme, mais c'est bien Chris Bent Chetler qui a fait le design. Avec ce modèle, Atomic vient se repositionner très fortement sur le segment freestyle core avec un ski fait par des freestylers pour des freestylers. On est sur du 80% parc, 20% autre terrain, là où le Bent 90 va suivre un positionnement 50-50 all mountain freestyle. Les athlètes l'ont essayé et ils ont validé son développement ».

La randonnée carry-over

Pour être complet, Atomic reconduit ses skis pour la randonnée. Ici, pas de nouveautés techniques, mais la finalisation du renouvellement graphique du Backland UL. « Le Backland 65UL, ski de compétition, avait bénéficié l'an dernier de notre rafraîchissement de marque. Cela fait un moment que les athlètes l'utilisent et c'est celui que l'on verra aux JO », indique Julien Tournier. La gamme Backland qui a changé de cosmétique cet hiver est reconduite. « C'est aussi important pour nos détaillants de voir les produits rester au catalogue, notamment dans une période où les ventes de skis de randonnée sont plus délicates », précise la marque qui a revu la cosmétique du Backland FR. (yf) •



Scott n'abandonne pas le ski

Marque généraliste à la fois présente sur le marché du vélo, du running et des sports d'hiver, Scott présente pour l'hiver 2026-27 un nouveau design de sa gamme de skis Sea, acronyme de "Ski Everywhere Anytime". La gamme est toujours construite autour d'un noyau en peuplier avec une plaque en Titanal sous le pied et des ajouts de fibre de verre. La marque complète sa gamme et ajoute à son catalogue le

Sea 85 qui reprend la même construction que le Sea 108 et Sea 98. Si la marque a arrêté le développement de chaussures de ski, elle continue en revanche à développer son offre de ski en complément de ses gammes textile et de ses accessoires. Scott annonce ainsi son retour en force sur le segment de l'optique et met désormais en avant sur les tests de ski sa technologie d'écran Amplifier. (yf)

Le rendez-vous des détaillants depuis 2003

**26,
27 & 28
JANVIER
2026**

SPORT ACHAT HIVER

**ALPEXPO
GRENOBLE**



Première visite en janvier 2025 et nous sommes ravis de notre choix de venir sur ce **salon pratique** pour nous qui vivons dans le Piémont. Nous avons découvert des **nouvelles marques** que nous avons référencées. On sera là en 2026 !

Monica PASSET

PASSET SPORTS SESTRIÈRES (ITALIE)



C'est le salon où on travaille le plus, où on passe des commandes, où on travaille les collections, ça me sert beaucoup. Nous avons 26 magasins en Andorre et 8 nouveaux magasins en Espagne. En deux jours, je fais beaucoup de fournisseurs.

ALBERTO AGUDO

PIC NEGRE - ANDORRE



On est là pour avoir un **vrai résumé de l'offre** à un instant T, essentiel dans le processus de sélection et de commandes pour les magasins et à proximité.

ARNAUD BENOIST

DIRECTEUR MONTAGNE OUTDOOR SPORT 2000 ET EKOSPORT RENT

WWW.SPORT-ACHAT.COM

Head s'attaque au marché du all mountain

Une vraie découverte

Pour l'hiver 2026-27, Head procède à une refonte de son offre all mountain. Avec Discovery, la marque mise sur une nouvelle identité, de nouvelles constructions et de nouvelles technologies.



L'hiver prochain, Head s'attaque au segment du all mountain avec sa gamme Discovery. « La nouvelle gamme est dotée d'une construction Superframe 100% cap qui enveloppe l'intégralité du ski basée sur la

technologie Auxetic. Lorsque l'Auxetic se dilate à l'intérieur du cadre, elle accumule de la pression, ce qui rigidifie le ski à mesure qu'il fléchit. Autrement dit, sa structure se renforce sous la pression et devient plus rigide à mesure que l'effort est

intense », affirme Ludovic Louzon, responsable marketing wintersports chez Head France. « Les skis Discovery sont également équipés d'une semelle Better Balance, cette semelle inclinée qui offre un angle constant pour toutes les pointures de chaussures, garantissant ainsi à tous les skieurs le même avantage mécanique pour une amorce de virage ». Déclinée en trois constructions différentes (Pro avec son noyau bois, Sport avec son noyau bois et composite et classique avec son noyau composite), la gamme couvre 5 largeurs du 70 mm au 86 mm. « Nous savons qu'arriver avec une technologie cap sur un tel segment et un tel prix est plutôt culotté. Nous avons déjà eu des réflexions, mais notre objectif est de mettre un maximum de gens sur nos skis pour leur montrer que la skiabilité est incroyable. C'est un choix assumé », précise le représentant de la marque. Head annonce d'ailleurs un vaste programme de tests. Outre le Ski

Force Pro, les commerciaux disposent d'un parc de 15 à 20 paires. « C'est un segment de marché sur lequel nous voulons nous inscrire et reprendre des parts de marché. Nous nous sommes donné les moyens d'y arriver », résume Ludovic Louzon qui met en avant le Discovery 78 Sport pour la partie commerciale et le Discovery 82 Pro pour la partie plus marketing. La collection Discovery s'associe également aux nouvelles fixations Protector Evo PR 11 GW (modèles Pro et Sport) et PR 11 GW. « Cela fait des années que nous travaillons sur ce programme avec le groupe. La France a été moteur sur le projet Discovery », indique Ludovic Louzon. A noter également l'arrivée d'une cosmétique champagne chez la femme avec le modèle Joy, la capsule Porsche Turbo et une gamme junior repensée avec le WorldCup E.Race Team JRS et le Supershape JRS. Pour les plus jeunes, Head prolonge sa collaboration avec la licence Pat Patrouille. (yf) •

Fischer prend le virage du design

Une vraie rupture graphique

Après la refonte de son offre racing avec la gamme RC4, Fischer s'attaque à son segment piste performance avec la famille Curv. Outre l'ajout de la technologie Noize Control, la marque mise sur une rupture graphique pour séduire un large public.

Cet hiver, Fischer a lancé sa nouvelle gamme racing RC4 Noize. Une gamme qui intègre la technologie Noize Control avec son noyau en bois massif et le Shaped TI pour réduire les vibrations et offrir plus de stabilité. « La technologie a été validée par la course et les bons retours de la gamme RC4. Pour l'hiver 2026-27, nous procédons à la refonte de notre programme piste performance avec la gamme Curv. Celle-ci se divise en deux segments avec les skis plus étroits typés pistes et des skis un peu plus larges, les Curv GT qui vont de 76 à 85 mm au patin », explique Marc Regnier, Sales Manager France chez Fischer. « L'idée de cette gamme est de proposer le compa-

gnon idéal pour toute une journée de ski. Le maître mot ici est la versatilité ». Sans surprise, la marque introduit sa technologie Noize sur les modèles les plus haut de gamme de Curv, avec le même objectif de stabilité, de confort et de précision. Cela concerne The Curv Noize, The Curv Noize GTX, le The Curv Noize DTX et The Curv Noize GT85.

Pour plus de polyvalence

« La technologie Noize Control est vraiment efficace quand il y a de la vitesse. C'est pour cette raison qu'elle est appliquée seulement sur les modèles les plus techniques et les plus performants. C'est là où elle fait sens », commente le respon-



sable des ventes. Avec cette famille Curv, Fischer cible un groupe d'utilisateurs assez large. « Notre offre va permettre à chaque consommateur de trouver son ski en fonction de son niveau, de ses attentes et de ses revenus. La gamme s'étend de 500 euros avec le Curv Power en noyau bois et ses chants droits, jusqu'à plus de mille euros avec The Curve Noize qui bénéficie de la plaque course,

d'une double plaque Titanal et d'un triple rayon ». A noter que la marque a réalisé un gros travail sur le design. « Pour la première fois, il y a une vraie rupture graphique avec les gammes RC4. L'identité graphique de chaque modèle permet de mieux comprendre la segmentation de l'offre. Nous avons des cosmétiques plus engagées qui intègrent des couleurs flashy et des skis plutôt sobres pour ceux qui recherchent vraiment des produits plus élégants, plus classiques. L'idée est là encore de toucher le maximum de personnes via des designs plus polyvalents », affirme Marc Regnier. Le reste du catalogue est reconduit à l'exception du touring et de la gamme Transalp. Celle-ci est simplifiée avec la suppression du 86 CTI Pro pour être plus en phase avec la demande du marché. Là encore, le design de la gamme évolue avec l'apport d'une « touche de fraîcheur et de modernité » dans la catégorie. (yf) •

Né en 1907, Rossignol, au cœur de la montagne, s'est développé au-delà des sports d'hiver pour devenir une marque mondiale de sports de montagne. Couvrant aussi bien les sports que les saisons et les terrains, notre gamme de produits – du matériel aux vêtements et aux chaussures – est conçue et fabriquée avec passion, expertise technique et savoir-faire. Plus d'informations sur www.rossignol.com/fr-fr



HERO MASTER ST

Vitesse. Précision. Performance. Zéro compromis. Le Rossignol Hero Master ST est un ski de carving inspiré de la course. Il possède une construction « Coupe du monde » pour des virages courts et rapides, la Line Control Technology (LCT) éprouvée en course optimise la précision et l'accroche, tandis que la ligne de cotes Predictive Sidecut fusionne plusieurs tailles de rayon à chaque phase du virage pour offrir un déclenchement instantané et une sortie puissante.

Prix de Vente Conseillé : 1 220 €.



HERO ELITE LT

Découvrez un véritable régulateur de vitesse en mode course. Le Rossignol Hero LT Ti est conçu pour dessiner de grandes courbes avec style sur les pistes parfaitement damées. La spatule Power Tip et la ligne de cotes Predictive Sidecut offrent un déclenchement instantané et une accélération maximale. Une feuille intégrale de Titanal s'associe à un rocker en spatule pour des performances de carving phénoménales et une accessibilité maximale.

Prix de Vente Conseillé : 890 €.



NOVA 14

Caractérisées par un carving confiant et un look flashy immanquable. Leur construction inspirée de la course est assortie d'un shape innovant et conçue pour les skieuses expertes qui cherchent à enchaîner des virages rapides avec un engagement maximal. Le noyau bois renforcé de Titanal procure une énergie maximale à chaque descente tout en offrant un carving fluide et contrôlé.

Prix de Vente Conseillé : 850 €.



HI SPEED PRO 120 BOA

Des chaussures qui placent la barre très haut en termes de performances, de contrôle et de confort grâce à une conception générative de la coque et à un nouveau chausson R'Go au fit entièrement personnalisable. Conçues pour les skieurs engagés, de niveau confirmé à expert, qui préfèrent un fit intermédiaire et un flex plus rigide. Le BOA® Fit System offre un microréglage précis du fit afin d'améliorer la stabilité et le contrôle, pour des performances maximales en montagne.

Prix de Vente Conseillé : 600 €.



SPORT ACHAT
HIVER

M42-M43-M52-M53



ARCADE MIPS

Découvrez le summum du confort et de la sécurité avec notre casque de ski innovant. Doté de la technologie Harmony, qui s'adapte à vous et garantit un ajustement sûr et personnalisé. Equipé du système de sécurité MIPS ; la construction légère dotée des dernières innovations en matière de protection contre les impacts permet de se concentrer sur le plaisir. La ventilation réglable vous permet d'affiner le flux d'air pour rafraîchir quand vous en avez besoin.

Prix de Vente Conseillé : 160 €.



ROSSIGNOL

La saison 26-27 est axée sur le flex progressif. Plus vous poussez votre ski, plus il résiste. Conçu pour plus de légèreté, plus de maniabilité et de maîtrise, agile ou stable selon les besoins. Le vrai progrès, découvrez DISCOVERY. Plus d'informations sur www.head.com



DISCOVERY

Conçu pour plus de légèreté, plus de maniabilité et de maîtrise, agile ou stable selon les besoins. Ce ski est taillé pour tous les terrains. Il renferme une technologie novatrice pensée pour évoluer à votre rythme. Discovery arbore une construction Superframe qui renferme la technologie Auxetic. Lorsqu'Auxetic se dilate, la pression accrue rend le ski plus rigide à mesure qu'il fléchit. Le flex devient alors progressif, plus vous insistez, plus il devient rigide en torsion et en longueur, améliorant la prise de carre et la stabilité. Prix de Vente Conseillé: 650 € (version Pro).

DISCOVERY
86 PRO



DISCOVERY
82 PRO



EDGE BOA

Cette chaussure combine confort et innovation pour offrir une expérience de ski polyvalente et intuitive. Équipée du système BOA, elle garantit un ajustement rapide, précis et personnalisé sur le pied et le mollet pour un confort supérieur et une maîtrise optimale. Son design EZ-on facilite le chaussage, tandis que le flex progressif et la construction légère offrent un équilibre parfait entre puissance et facilité d'utilisation. Conçue pour différents niveaux de skieurs. Elle associe des matériaux recyclés à une ingénierie avancée. Prix de Vente Conseillé : 600 €.



KALIBER PRO LV

Conçu pour exploiter pleinement son système BOA® Fit, la KALIBER PRO LV offre un tout nouveau niveau de performance et d'ajustement. Il s'agit de la chaussure de ski la plus précise du marché. Le positionnement des BOA® en collier aide les skieurs à atteindre des angles de carre plus élevés. Elle offre un maintien sûr et une allure épurée, sans boucles. Prix de Vente Conseillé : 750 €.



PROTECTOR+
Attack



PROTECTOR+
Freeflex



PROTECTOR

Grâce à l'innovation de la technologie Full Heel Release, les fixations PROTECTOR peuvent réduire les forces exercées sur le genou de plus de 50 % et contribuer à diminuer le risque de blessures au genou. Avec PROTECTOR+, la technologie Full Heel Release fait son entrée dans le monde du racing (PROTECTOR+ Freeflex) et ajoute un modèle supplémentaire au segment freeski (PROTECTOR+ Attack). La hauteur de la talonnière est réduite et les valeurs DIN plus élevées.

Née en 1963, Dynastar s'est affirmée au fil des années comme une référence mondiale dans l'univers du ski, combinant innovation, performance et skiabilité unique. Des stades de la coupe du monde aux grands espaces, Dynastar a su capturer l'essence même du ski.

Plus d'informations sur www.dynastar-lange.com/be-fr

DYNASTAR

M-FREE 94

Le nouveau Dynastar M-Free 94 est le ski de freeride le plus polyvalent de notre gamme. Avec ses 94 mm au patin, il propose une plateforme à la fois stable et agile qui permettra de procurer un maximum de sensations aux skieurs, que ce soit sur piste damée ou en dehors des pistes. Il permettra aux skieurs les plus créatifs et joueurs de se régaler en toutes conditions et sur tous types de neige.



DYNASTAR

M-TOUR 94 OPEN

Le ski Dynastar M-Tour 94 introduit un nouveau patin pour les adeptes du freetouring à la recherche d'une polyvalence encore plus subtile sur toutes les neiges. Avec un patin de 94 mm, il associe une construction légère qui lui permettra de rejoindre les sommets rapidement à une ligne de cotes moderne qui procurera une grande confiance sur tous types de terrains et de neiges.



SPORT ACHAT
HIVER **N42-N43**

DYNASTAR

ELITE 9

Développé pour les skieuses fluides et exigeantes qui ont le goût de la vitesse. Le ski Dynastar Elite 9 Konect pour femme privilégie la stabilité et le contrôle pour vous permettre de carver, de glisser et de maîtriser la piste. Notre renfort Omega Ti offre un contrôle maximal à chaque virage, tandis que le noyau Hybrid Core 2.0 offre un touché de neige feutré et performant invitant à vous concentrer sur votre trajectoire.

LANGE

CODE 140 BOA LV

Efficace à la montée et la plus performante à la descente. La chaussure de ski Lange CODE.140 LV offre une énergie et un rebond optimum aux athlètes et freeriders à la recherche d'une performance ultime en descente. Elle possède un chaussant précis qui offre un contrôle unique, complété par un chausson personnalisable garantissant un maintien performant en conditions alpines. Elle est équipée d'un réflecteur RECCO® intégré qui permet aux sauveteurs de vous repérer.



LANGE

CODE 115 W BOA LV

Une nouvelle ère de performance en descente et d'efficacité en montée. Sa coque Dual Core offre un flex progressif qui permet une conduite du ski optimum en toutes conditions, tandis que le mécanisme de marche Active Blade assure une connexion parfaite en mode ski et une liberté de mouvement instantanée en mode marche. La chaussure de Freeride par excellence !



Fort de 100 ans de savoir-faire, VÖLKL conçoit et produit avec passion des skis de haute performance, se démarquant par le "Made in Germany", gage de performance et de qualité. Dans son usine ultra-moderne basée à Straubing (Bavière, Allemagne), l'innovation rencontre le savoir-faire traditionnel pour développer les meilleures technologies du marché. Plus d'informations **Völkl Skis** : <https://tinyurl.com/volkl-ski> et **Marker** : <https://markerbindings.com/fr-fr>



VÖLKL

REVOLT 112

La gamme freeski REVOLT de Völkl s'enrichit avec le tout nouveau REVOLT 112, qui vient compléter parfaitement la collection Built Together et offrir aux skieurs un choix encore plus large pour toutes les pratiques. Dessiné par l'artiste Emiliano Donaggio, ce ski allie style unique, design soigné et performance exceptionnelle. Centré pour le freestyle backcountry, il transforme chaque run en aventure, offrant liberté, maniabilité et plaisir. Il fait vibrer les amateurs de fun, de créativité et de sensations intenses.
Prix de Vente Conseillé : 600€.

VÖLKL

RACETIGER GS / SL

Les Racetiger GS & SL de VÖLKL passent à la vitesse supérieure avec un nouveau moteur. Grâce à un noyau repensé, une construction full Titanal et un tressage carbone en spatule, la gamme Race gagne en dynamisme, en stabilité à haute vitesse et en maniabilité. Des virages plus serrés, une accroche précise et une confiance totale pour les skieurs exigeants qui veulent tailler la piste sans compromis. Le souci du détail Made in Germany.
Prix de Vente Conseillés : 1100 € (Racetiger GS) 1100 € (Racetiger SL)



Modèle GS

Modèle SL

VÖLKL

RACETIGER MC

Nouveau venu dans la gamme Racetiger, ce modèle remplace le RC des années précédentes. Orienté multi-virages, il bénéficie d'une toute nouvelle construction et d'un moule inédit. Bande Titanal et tressage carbone apportent maniabilité, précision et skiabilité exemplaire. Plus accessible que les GS & SL, c'est le ski idéal pour ceux qui veulent performance et plaisir. La porte d'entrée parfaite dans l'univers Racetiger.
Prix de Vente Conseillé : 900 €



MARKER

GRIFFON X

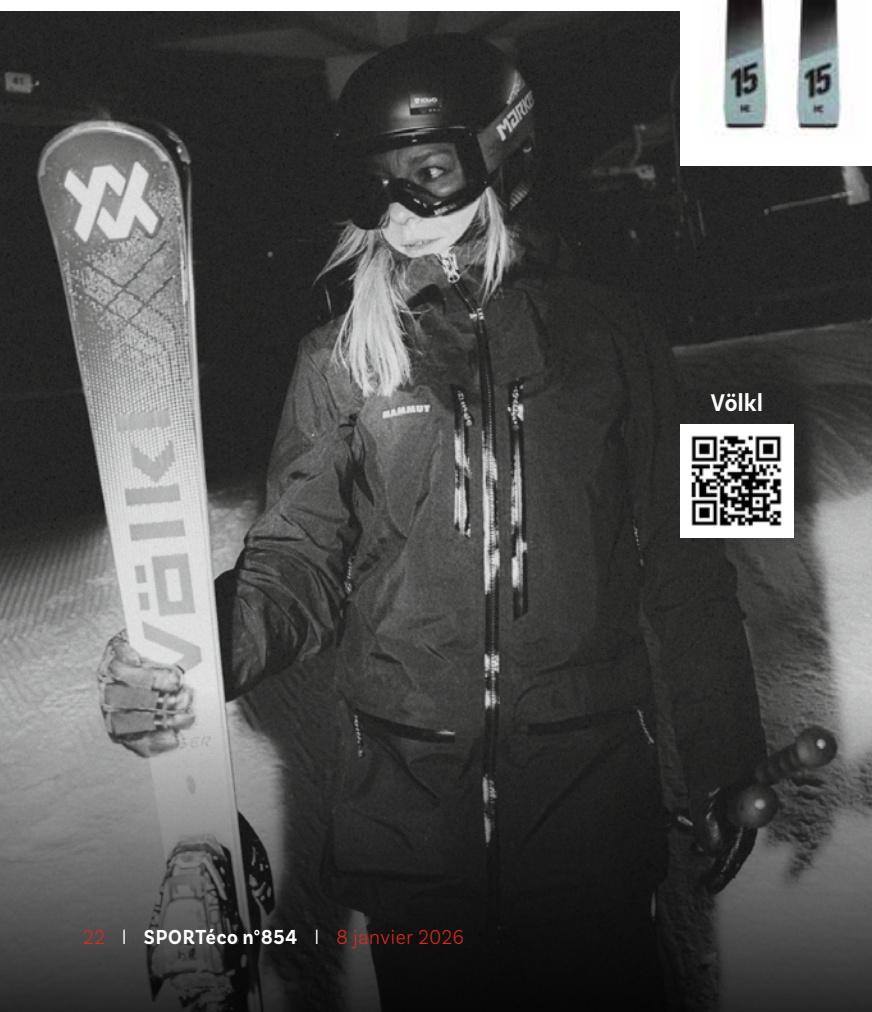
La Griffon X redéfinit l'art de skier avec légèreté et précision. Héritée de la Griffon X MWorks, elle marie parfaitement technologie de pointe et design élégant pour offrir un contrôle incomparable. Sa hauteur de semelle de 14 mm assure une réactivité immédiate et une connexion parfaite avec votre ski, permettant de dominer la piste, le park ou le freeride avec fluidité et maîtrise absolue à chaque virage.



Marker



Völkl



Salomon dévoile de nouveaux produits ski innovants pour l'hiver 2026/2027.

La marque née en 1947 dans les Alpes Françaises propose de nouveaux produits hauts en couleur pour la pratique du ski.

Plus d'informations sur www.salomon.com


S/PRO ALPHA C BOA 130

Inspirée du fit Alpha, la S/Pro Alpha BOA® 130 intègre la technologie ExoDrive et le pivot Powerlink pour une transmission assistée et une précision maximale. Son chaussant 98 mm assure un fit performant, tandis que le BOA® Fit System, positionné sur le collier, offre un serrage micro-ajustable. Chaussant S/Pro CF Expert avec languette Custom Tongue 2.0 pour confort premium et personnalisation.

Prix de Vente Conseillé : 730€.

S/LAB SHIFT ALPHA BOA

Développée pour la performance, la S/LAB Shift Alpha BOA® intègre le Freespine pour un transfert d'énergie direct, la Powerplate pour un flex avant optimisé et un collier PEBAX léger et réactif. Le chaussant 98 mm assure précision et maîtrise, tandis que l'Exobelt™, la sangle à crochet et le BOA® Fit System garantissent un maintien micro-ajustable et une stabilité maximale.

Prix de Vente Conseillé : 950€.

S/PRO SUPRA C BOA® 130

La S/Pro Supra BOA® 130 associe le BOA® Fit System sur le collier à deux boucles inférieures pour un maintien fiable et précis. Sa construction Exowrap™ optimise la transmission d'énergie et la maîtrise. Le chaussant CF Expert, doté de la languette Custom Tongue 2.0, offre un confort premium et une personnalisation avancée.

Prix de Vente Conseillé : 650 €.


S/LAB SHIFT² 16 MULTINORM

La fixation S/Lab Shift² 16 MN combine la technologie Powerblock et un débattement élastique du talon de 16 mm pour une absorption des chocs et une rétention optimale en descente. Avec un DIN 16, des renforts talon/orteils et un poids de 1 210 g, elle offre puissance et précision pour le freeride, tout en garantissant légèreté et efficacité en montée.

Prix de Vente Conseillé : 650€.


S/MAX N°12

Quand élégance rime avec légèreté pour un confort réinventé.

Le S/Max N°12 associe la construction Full ABS Sidewalls et le double renfort TI pour une transmission de puissance maximale, de la spatule au talon. L'Edge Amplifier amélioré optimise l'accroche sur neige dure, tandis que sa version slalom procure plus d'agilité grâce à un flex sous le pied adapté. Ski léger, précis et performant pour enchaîner les virages avec fluidité.

Prix de Vente Conseillé : 750€.

SPORT ACHAT
HIVER **J40**



Fort d'un héritage de 85 ans et d'un engagement sans compromis envers la qualité, Nordica, à travers ses skis et chaussures, offre à tous les skieurs la performance et le confort qu'ils recherchent. Les gammes sont conçues pour ceux qui vivent le ski avec passion, partageant des aventures inoubliables et un lien unique avec la montagne. Ensemble, nous formons une communauté unie, prête à relever tous les défis, invitant le monde à nous suivre. LET'S SKI. Plus d'informations sur www.nordica.com/france/fr



DC 80 TI

DC 74 TI



PROMACHINE 3

Conçue pour dominer.

Dotée d'un fit anatomique modernisé (98 mm) pour un confort optimal, la nouvelle Promachine 3 intègre la coque Tri-Force Frame asymétrique pour une transmission d'énergie puissante et un poids réduit. Son chausson 3D Cork Fit avec Speed Lace assure maintien et personnalisation, complété par un Power Strap 50 mm et des semelles GripWalk® pour stabilité et praticité.

Prix de Vente Conseillés : 670 € (Promachine 3 130)
650 € (Promachine 3 115 w)

FAMILLE MULTI

La précision, sans compromis.

Issue de l'héritage des Dobermann Multigara et Multipista, la gamme Multi DC TI combine des couches de Titanal haute performance, des noyaux bois réactifs, la technologie unique Double Core et plusieurs largeurs au patin. Résultat : des skis rapides dans les transitions, fluides et stables à haute vitesse. La précision n'est jamais le fruit du hasard.

Prix de Vente Conseillés : 1150 € (Dobermann Multipista DC 80 TI) - 900 € (Multipista DC 74 TI).

FAMILLE HF

Le confort, réinventé.

Depuis 2020, Nordica révolutionne la chaussure de ski avec sa technologie hands-free. La HF S incarne le mariage parfait du confort et de la praticité : système de fermeture intuitif, fit précis et design moderne le tout en 100mm. Skiez avec contrôle et confiance absolue, tout en profitant d'une chaussure qui s'enfile sans effort. HF s : Vos mains ont mieux à faire. Prix de Vente Conseillés : 500 € (HF S 110 (GW)) - 500 € (HF S 95 W (GW))



NORDICA
LET'S SKI



Animée par un esprit pionnier intact, Kästle incarne depuis près d'un siècle performance et innovation. Née en Autriche et produite à Nové Město, la marque crée des skis mêlant technologie et durabilité. Porté par son retour en Coupe du monde, le slogan « Fast as ever » affirme son ambition, soutenue par des championnes comme Ledecká et Štuhec. Plus d'informations sur <https://kaestle.com/fr-eu>

RX12 SL

La gamme RX fait peau neuve, elle est maintenant revêtue d'un total look Race Mint by Kästle. La construction « Infini-Core Race » a récemment été encore améliorée afin de permettre une expérience de glisse encore plus homogène. Parfait pour les skieurs ambitieux qui recherchent un ski et des sensations dignes de la Coupe du monde. Existe en SL et GS.



RX11

Le RX11 est notre ski de carving le plus polyvalent. Sa construction en bois massif et ses deux couches de titanal lui procurent une sensation de course inégalée, pour des virages courts et explosifs comme pour des virages à grand rayon et à haute vitesse. Son top-sheet ultra résistant et ses tip & tail protectors en métal en font un ski haut de gamme et durable.

WAVE 74

Le Wave74 est un tout nouveau ski dans la gamme femme TERRA. Il est inspiré de l'océan autant dans son look que dans son comportement. Ce ski accompagnera les skieuses dans leur carving avec fluidité et confiance, comme portées par une vague. Son noyau « Twin Core » (deux essences de bois : un plus doux et flexible, et un bois plus dense et rigide), ses deux plaques de titanal et son mélange semi-cap et champs droit en font un ski dynamique pour les skieuses amatrices de sensations sur piste.



SUBLIME 88

La gamme SUBLIME vient compléter l'offre All-Mountain Kästle, avec 3 largeurs différentes : 83, 88 et 93. Avec une spatule large et un bon rocker avant, le Sublime portera les skieurs de neige fraîche. Grâce à sa construction « Twin Core », ses deux plaques de titanal et son mélange semi-cap et champs droit, ce ski sera le bon compagnon pour tout type de condition.

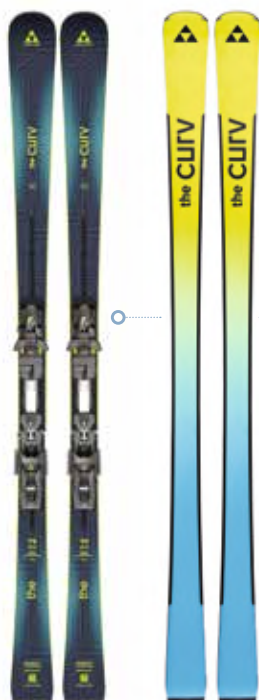


TRANSCEND 114

Kästle donne jour à une nouvelle gamme de skis de Freeride. Une construction « Twin Core » et un insert titanal sous le pied en font un ski solide et joueur. Avec un double rocker, ce ski sera parfait pour les journées de poudreuse. Les TRANSCEND seront disponibles dans trois largeurs : 98, 104 et 114.



Nous prenons le ski au sérieux. Aussi bien le ski alpin que le ski nordique. Notre dévouement, notre engagement et notre passion pour le ski sont ce qui nous anime. Cette passion et ce dévouement ont favorisé une culture de l'innovation en matière de produits. Notre vision en tant que marque est d'être le choix numéro un de l'athlète. Nous sommes convaincus que nous permettrons à davantage de personnes de trouver et de partager cette passion, car pour nous, "Skiing is not a lifestyle, it's life !" Plus d'informations sur www.fischersports.com



THE CURV NOIZE

The Curv Noize s'impose comme la référence en technologie, design et performance. Vivez une expérience inédite avec Noize Control™, qui absorbe les vibrations pour un confort exceptionnel. Grâce au Radical Triple Radius, enchaînez les virages avec précision et profitez d'une polyvalence totale pour des sensations intenses du premier run au dernier.

Prix de Vente Conseillé : 1300 €.



THE CURV TI WS

Pensé pour les femmes qui avancent avec confiance, notre nouveau Curv Ti ws incarne une vision moderne de la performance : accessible, efficace et résolument stylée. Le Curv TI WS est pensé pour celles qui osent explorer de nouveaux horizons.

Prix de Vente Conseillé : 600 €.



THE CURV NOIZE GT 85

The CURV NOIZE GT 85 : la polyvalence à son sommet. Conçu pour les skieurs ambitieux, il combine une construction 85 mm et le Shaped Ti pour une accroche irréprochable, même sur neige changeante. La technologie E-Triple Radius offre précision et dynamisme à toutes vitesses, tandis que Noize Control™ réduit les vibrations pour une glisse fluide et un contrôle absolu.

Prix de Vente Conseillé : 900 €.



BOA® 95



BOA® 120



BOA® 130

Gamme Premio BOA®

Découvrez la chaussure qui redéfinit le confort et la performance

La Premio BOA® offre un ajustement personnalisé pour un confort optimal. Son chausson Vacuum Fit et son Calf Adapter permettent un réglage précis, garantissant une efficacité énergétique maximale sur les pistes. Grâce à son système Easy Entry, l'enfilage et le retrait sont un jeu d'enfant, pour des journées de ski sans contrainte. Avec les premio BOA®, profitez d'un maintien sûr et d'un confort exceptionnel. Flex de 85 à 130.

Prix de Vente Conseillé : de 400 à 600 €.



RC4 CARBON PRO LV BOA®

La RC4 CARBON PRO LV BOA® offre une transmission précise de la puissance tout en garantissant un confort incroyable avec un Last de 98 mm. Sur cette chaussure nous ajoutons les technologies les plus cool : un chausson ZipFit, un collier en CarbonFused, un power strap élastique à 3 couches et bien sûr le système BOA® H+i!

Disponible également en version MV (last 100 mm)

Prix de Vente Conseillé : 900 €.



Pour l'hiver FW26, Tecnica et Blizzard poursuivent leur marche en avant en faisant évoluer certaines de leurs gammes emblématiques et surtout avec l'arrivée de 2 nouvelles histoires. Côté ski, les tous nouveaux skis de Freeride Backcountry Canvas, et côté chaussures la nouvelle Zero G Decoy. Une gamme donc toujours plus complète, fidèle à l'ADN des deux marques, et affirmant une vision résolument tournée vers l'innovation la performance et le plaisir.

Plus d'informations sur www.blizzard-tecnica.com/fr/fr

TECNICA

ZERO G DECOY

Tecnica présente la Zero G Decoy, une nouvelle catégorie de chaussures de ski freeride qui combine la polyvalence de l'univers Zero G avec la puissance en descente de la série Mach. La Decoy remplace la légendaire Cochise et, grâce à sa construction hybride, redéfinit les frontières entre chaussures de randonnée et chaussures de descente. Tecnica révolutionne le segment freeride avec la Zero G Decoy — une chaussure novatrice qui efface totalement la limite entre performance en montée et puissance All-Mountain.

BLIZZARD

CANVAS

Blizzard présente une collection freeski unique, qui unit art et performance : la série Canvas. Avec trois modèles (100, 108, 118), cette ligne établit de nouveaux standards dans le freeski et s'adresse aux freeriders en quête de jeu, de flow et de flottaison. Il incarne l'esprit d'une génération qui ne se contente pas de repousser les limites - elle les redéfinit. Entre art et sport, entre convention et innovation, Blizzard combine créativité, savoir-faire et précision technique.



Pro

115

130



100

108

118

TECNICA

MACH 1 MV

Tecnica continue de renouveler sa série haute performance MACH avec l'arrivée de la version Mach 1 Medium Volume TD2, GripWalk. Le système T-Drive 2.0 repensé crée une connexion active entre la coque et le collier. Transmission de puissance plus progressive du pied au ski, assurant contrôle et précision, grâce à la courbe de flexion optimisée. Optimisation du poids (gain de 175g par rapport au modèle précédent) grâce à une structure plus rigide, sans aucune perte de stabilité. Configuration plus sportive.



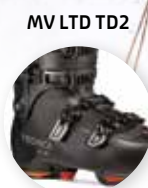
MV 105 W TD2



MV 130 TD2



MV 115 W TD2



MV LTD TD2



TECNICA

MACH BOA DUAL

Performance athlétique, manipulation intuitive et confort exceptionnel. La technologie innovante DUAL BOA® : deux molettes indépendantes (l'une sur le cou-de-pied, l'autre sur le collier) permet un enveloppement modulable et homogène du pied. La meilleure tenue du talon améliore la stabilité. Un détail ingénieux signé Tecnica : une boucle-guide intégrée sur le collier maintient les câbles BOA bien en place lors du chaussage et du déchaussage, évitant qu'ils ne s'accrochent.



MV 130



MV 115

BLIZZARD

STORMBIRD 80 CA AND PHOENIX 80 CA

Blizzard complète son offre Piste / All-Mountain Sport Performance avec l'arrivée de deux nouveaux modèles spécifiquement destinés au marché français : le Stormbird 80 CA pour les hommes, et le Phoenix 80 CA pour les femmes. Ces deux modèles se veulent être des skis intuitifs, agiles et plaisants sur les pistes et sur les bords de pistes, dans des conditions de neige très variées. Leur largeur assure une grande polyvalence pour des skieurs cherchant à découvrir de nouvelles sensations de glisse peut importe ce que le terrain leur réservera.



Stormbird 80 CA

Phoenix 80 CA

Le cinquantenaire Sunset Sport avance avec Elan

Sur la piste du plaisir

En 2026, Sunset Sport va fêter ses 50 ans. Un anniversaire qui sera célébré comme il se doit à Sport Achat avec une soirée entre lac et montagne. Le distributeur d'Elan y exposera la nouvelle gamme Ace du fabricant slovène, dont le modèle Ace GSX FX récompensé d'un Ispo Award.

L'hiver prochain, Elan qui a fêté ses 80 ans annonce une refonte totale de son offre pour la piste. Désormais, la marque mise sur une seule et même famille pour ce segment de marché. Baptisée Ace, la gamme intègre notamment la technologie Active Suspension Drive. « A l'instar de la suspension active d'une voiture de course, l'Active Suspension Drive maintient le ski fermement connecté à la neige. Des couches de renfort superposées flottent sur un élastomère absorbant les chocs, qui amplifie la transmission d'énergie exactement là où la pression est appliquée. Résultat : plus d'adhérence, plus de rebonds, plus de puissance », explique le fabricant slovène. A noter que plus on va descendre dans la gamme, plus on aura de technologies pour aider le skieur dans sa pratique. « Sur les skis qui se rapprochent du racing, la marque utilise le plus de Titanal possible. Pour les modèles plus tolérants (Ace SC11+, SC9+, SC9+ W, SC7, SC7 W, SC5, SC5 W), Elan introduit la

technologie Traction tip, une zone de relief à l'avant du ski, conçue pour s'adapter instantanément aux changements de terrain et aux mouvements du skieur. Ce profil de flex subtil permet un déclenchement ultra-rapide des virages, une meilleure accroche des carres et une réduction des vibrations, pour une entrée en virage plus fluide et plus confiante », annonce Maxime Moynat, en charge du marketing chez Sunset Sport. A noter que la marque écarte ici sa technologie Amphibio qui distinguait les skis droits des skis gauches. « Cette technologie marchait bien, mais elle était synonyme d'une hausse de prix et d'une hausse du temps nécessaire pour expliquer le ski notamment à la location », indique le distributeur qui se réjouit de l'accueil réservé par les centrales pour cette nouvelle gamme. Une innovation qui a aussi séduit le jury des Ispo Award avec le modèle Ace GSX FX. « Les renforts en Titanal assurent une fluidité et un transfert de puissance propre lors des virages



Les gammes Elan sont désormais exposées dans le nouveau showroom Sunset au parc des Glaisins à Annecy.

longs et rapides. Un noyau en bois Race Frame offre contrôle et prévisibilité, tandis que les chants RST permettent une prise de carre précise », indique le jury. L'autre nouveauté Elan pour l'année prochaine concerne la gamme Ripstick avec un nouveau modèle de 84 mm doté de la technologie Amphibio. Le ski sera disponible à la location sous le nom R4. Si Sunset Sport va fêter ses 50 ans en 2026, le distributeur peut aussi célébrer ses 20 ans de partenariat avec Elan. « Nous travaillons de plus en plus en collaboration avec les marques

au niveau du développement des produits. Avec Elan, nous sommes vraiment en amont des discussions afin d'adapter l'offre au marché français. Le succès de lancement de la gamme Ace relève d'un travail commun d'un groupe avec son distributeur. Les équipes viennent sur les ski-tests français et visitent avec nous quelques revendeurs notamment, pour vérifier la durabilité des skis en location. Cela a permis à Elan de gagner du temps en termes de choix de construction, de choix de topsheet... », conclut le distributeur. (yf) •

Völkl lance de nouveaux modèles Racetiger et Revolt



Pour l'hiver 2026-27, Völkl procède à des ajustements dans ses gammes avec la volonté d'être plus accessible et de toucher un plus grand nombre de skieurs. La marque du groupe Elevate Outdoor introduit dans son offre Racetiger, dédiée à la piste, le nouveau Racetiger MC 15 avec un tout nouveau moule et une nouvelle construction peuplier/hêtre. Le modèle se caractérise par ses 71 mm sous le pied, ses 15 mètres de rayon, sa bande Titanal moins épaisse et son renfort carbone en spatule. Le ski est décliné en bleu et en noir. Son petit frère Racetiger SC 13 reprend la même construction avec 69 mm au patin, ses 13 mètres de rayon

et 3 cosmétiques différentes (noir, jaune et blanc). A noter que la marque a revu tout le design de son offre Peregrine. Dans le domaine du freeski, Völkl a introduit cet hiver le Revolt 101, étoffant sa gamme freeride. Basé sur la construction du Revolt 114, il propose une version affinée également dotée d'un talon plat. Pour l'hiver prochain, la marque a revu toute la cosmétique de cette famille Revolt via une collaboration avec un nouvel artiste, Emiliano Donaggio père d'un athlète italien. La marque ajoute également à son catalogue le Revolt 112, un nouveau modèle qui reprend la construction du Revolt 104 avec son double roc-keur. « En tant que derniers grands

fabricants de skis en Allemagne, nous œuvrons depuis de nombreuses années à rendre l'ensemble de notre processus de développement et de production plus durables, tout en respectant nos engagements en matière de responsabilité environnementale », souligne la marque allemande qui n'oublie pas de citer sa gamme Mantra avec là encore une refonte du design sur l'ensemble de la gamme. « Nouveauté de cet hiver, le Mantra 84 a été très bien accueilli par les testeurs. Il permet de retrouver les sensations du célèbre M7 (96 au patin), tout en restant plus accessible que ses grands frères », précise Cyprien Toupance, en charge du marketing de la marque.

Avec Canvas, Blizzard tisse sa toile

Nouvelle conception graphique

Responsable France de Blizzard, Emmanuel Du Noyer annonce plusieurs nouveautés pour l'hiver 2026-27. La marque va notamment lancer une nouvelle famille de skis freeride et renforcer son offre de skis de piste issus du racing avec son offre Firebird.

Pour l'hiver prochain, Blizzard va lancer une nouvelle famille de skis. Baptisée Canvas, elle est destinée à une pratique backcountry-freeride, avec des skis de plus de 100 mm. « Il s'agit d'une collaboration entre les athlètes, une artiste et nos ingénieurs. L'objectif est de toucher une cible plus jeune avec une gamme composée de trois skis (100 mm, 108 mm et 118 mm) et une approche freerando avec une construction allégée », précise Emmanuel Du Noyer, le responsable de la marque en France. Le groupe a fait appel à Penelope Misa, une artiste nippo-australienne basée dans l'Utah. Pour le projet Canvas, elle a choisi la technique du monotype, un procédé qui offre une cosmétique unique à chaque ski. Côté construction, la marque annonce la création d'un nouveau moule avec un noyau peuplier et Paulownia et l'ambition de marier gain de poids et skiabilité. « Dès le départ, les athlètes freeride de Blizzard ont été les principaux acteurs du projet. Si nous avons une grande confiance en nos ingénieurs et notre équipe produit, les retours des athlètes ont permis de repousser les limites de ce projet et de garantir

la création d'un produit authentique et original », indique la marque qui évoque même une véritable révolution. « C'est le projet le plus audacieux de notre histoire et il doit nous permettre de réaliser des choses jamais vues auparavant », précise le groupe. « L'idée était de s'ouvrir à de nouvelles pratiques avec un développement complètement nouveau. Nous proposons un concept hyper intéressant avec des skis qui ont une bonne skiabilité et une approche plus freestyle », indique Emmanuel Du Noyer. Une gamme qui a bénéficié d'un double pré-lancement : le 5 décembre 2025 dans une dizaine de points de vente dans le monde, dont un en France, et le 8 janvier dans un réseau de revendeurs sélectionnés.

Retour en piste

L'autre nouveauté concerne la nouvelle gamme Firebird dédiée à une pratique 100% piste. Sur le plan cosmétique, la marque va reprendre les couleurs qui ont fait la notoriété de Blizzard dans les années 80, à savoir le violet et l'orange. Dans le détail, la gamme comprend une déclinaison Race avec Firebird Race Type LT et MT. « Développés directe-



ment par le département compétition, ces skis sont dotés d'un noyau en bois Trueblend Race associé à des couches de Titanal sur toute la longueur, de la spatule au talon, pour une puissance et une précision de carre optimales. Un chant en phénol assure une accroche exceptionnelle et une rigidité en torsion maximale, tandis qu'une construction en spatule double Titanal, séparée par une fine couche d'amorti en caoutchouc, offre un flex dyna-



mique et progressif qui s'adapte en douceur à chaque virage. Dotée d'une semelle de course de Coupe du monde à structure en arête de poisson, la semelle assure une glisse exceptionnelle et une absorption de fart supérieure dans toutes les conditions de neige », indique la marque qui précise que chaque ski plat Firebird Race-Type est compatible avec deux options de plaques et trois configurations de fixations, permettant une personnalisation et des performances optimales. Le reste de la gamme Firebird comprend le Firebird WRC, Firebird HRC et Firebird SRC avec la construction 3Ti Racing et Trueblend Race. Les Firebird 70 RS TI et Firebird 76 RS TI dispose d'une construction Sandwich Full Sidewall 2Ti et de la technologie Trueblend Piste. Enfin, le Firebird 70 S TI et Firebird TI se contentent de la construction Sandwich Partial Sidewall TI. A noter que cette nouvelle cosmétique doit distinguer l'offre Firebird de sa cousine Thunderbird qui s'adresse à une clientèle plus élitiste avec des skis de piste plus tolérants. Dans le même esprit, la gamme all mountain Stormbird lancée pour cet hiver s'étoffe avec l'arrivée du modèle 80CA, dépourvu de Titanal pour le rendre encore plus accessible. (yf) •

Stöckli voir plus large

Propriétaire de son propre outil de production à Malters en Suisse, Stöckli fabrique environ 80.000 paires par an. L'équipementier de Marco Odermatt assume un positionnement premium et sportif avec une distribution sélective. En France, la marque compte une centaine de revendeurs. « On se considère un peu comme les Gaulois face aux Romains. Dans un marché qui est immense, Stöckli est tout petit », s'amuse Valentin Noviant, en charge de la marque en France et qui priorise une croissance stable. « Nos gammes sont valables deux ans

et chaque année nous revoyons 50% de notre offre. C'est assez confortable pour les magasins puisqu'ils ont deux ans pour vendre les skis sans faire de promotion », indique le responsable de la marque qui n'est d'ailleurs pas présente en ligne. Pour l'hiver prochain, Stöckli introduit dans son offre dédiée à la piste Laser, le nouveau WRT. « Ce ski marie la stabilité d'un ski de géant avec la vivacité d'un ski de slalom. Il intègre un nouveau topsheet, un nouveau design tandis que la plaque Titanal supérieure a été retravaillée pour offrir plus de

contrôle, plus de stabilité et de transmission », précise Valentin Noviant. La gamme Laser CX plus accessible va passer de 69 mm à 72 mm. Sur le all mountain, la famille Montero sera étoffée avec l'arrivée de l'AR Pro avec topsheet en alu et une nouvelle semelle racing. Enfin, la gamme Stormrider se développe avec l'ajout d'une 4^e largeur en 108 mm. Ce ski a été développé avec le skieur Maxime Chabloz. A noter que les skis de cette gamme seront désormais vendus avec des fixations Marker codéveloppées avec la marque.

LES BREVES

Wintersteiger

De retour sur le Ski Force Pro après près de 10 ans d'absence, Wintersteiger souhaite mettre en avant sur l'événement de l'USC sa technologie brevetée V-Edge. Outre un autocollant doté d'un QR code qui permet une détection automatique du ski et le déclenchement des étapes de traitement appropriées dans la station d'entretien entièrement automatique Jupiter, cette technologie offre un angle d'affûtage variable. « Nous sommes aujourd'hui capables de travailler individuellement les carres inférieures et latérales, en fonction du style de glisse et des capacités de chaque skieur », précise Stéphane Thibaud, directeur de Wintersteiger France. Dans le détail, le ski est divisé en trois zones, la zone centrale étant affûtée pour garantir une adhérence maximale et les zones avant et arrière pour garantir une grande agilité. « Les carres sont affûtées selon un angle qui varie sur toute la longueur du ski. Ceci assure un meilleur contrôle de la rotation des skis ainsi qu'une parfaite accroche des carres. Dit plus simplement, V-Edge offre aux skieurs une nouvelle expérience de glisse incomparable », précise le directeur France. L'entreprise a proposé à l'ensemble des marques de l'USC de leur mettre à disposition quelques paires qui seront préparées par un partenaire de la station. Une stratégie qui doit permettre à la filiale France de rattraper son retard par rapport aux voisins germaniques. « La valeur ajoutée d'un magasin est et sera le service. Il faut proposer aux clients des services payants avec une prestation différenciante et haut de gamme. Pour les loueurs, cette technologie doit aussi valoriser le prix de la location d'une paire de skis qui a été bien préparée », conclut-il avant de préciser qu'une marque comme Van Deer prépare déjà tous ces skis avec cette technologie.

Avec l'ARV, Armada bat tous ses records

Le vent en poupe

En forte croissance, Armada connaît un hiver 2025-26 record. La marque représentée en France par Slab Distribution se félicite du lancement de sa première chaussure de ski AR One et du doublement de sa série ARV avec deux cosmétiques complémentaires. Pour l'hiver prochain, la marque annonce l'arrivée de la gamme freeride AntiMatter qui remplace la famille Declivity.

Sébastien Boyoud, dirigeant de Slab Distribution en charge de la commercialisation des skis Armada, a le sourire. La marque connaît depuis quelques mois un succès avec des produits en rupture de stock. « Armada reste une petite marque, mais nous ne sommes plus une marque exotique », affirme le distributeur. « Nous nous sommes aperçus dès le mois de septembre que les ventes étaient au rendez-vous. Cette demande n'a fait que croître tout le long de l'automne jusqu'à un quasi-épuisement des stocks avant le Black Friday. Il y a une forte désirabilité de la marque aujourd'hui », précise Sébastien Boyoud qui confirme une forte



Désormais, la gamme ARV sera doublée avec un ski plutôt sobre reconduit deux saisons et chaque année un ski avec un graphisme plus engagé.

« Nous nous sommes aperçus dès le mois de septembre que les ventes étaient au rendez-vous. Cette demande n'a fait que croître tout le long de l'automne jusqu'à un quasi-épuisement des stocks avant le Black Friday. Il y a une forte désirabilité de la marque aujourd'hui. »

notoriété chez les jeunes. Bien difficile toutefois d'expliquer les raisons de ce succès. « Je pense qu'il y a plein de critères à prendre en compte. Le graphisme est un peu plus fort et touche beaucoup plus de monde. J'intègre aussi dans l'analyse la baisse des prix publics de 50 euros sur tous nos skis bispatulés. Côté français, nous avons notre propre team de riders qui communiquent énormément sur les réseaux sociaux. Au niveau des revendeurs, ils connaissent bien le groupe Amer Sports et la notoriété de notre fabrication autrichienne. Ils travaillent déjà avec Atomic et peuvent proposer une petite touche de fraîcheur via quelques skis Armada. C'est exactement le même compte, le même suivi, la même facturation, le même service après-vente », tente d'expliquer le représentant de la marque.

Une double ration d'ARV

Réputée pour sa gamme freestyle, la marque Armada réalise le gros de ses ventes avec la série ARV. « Il

faut préciser que les modèles ARV 94 et ARV 100 sont avant tout des skis all mountain. Ils sont vraiment pensés pour performer également sur piste et sur neige dure », affirme Pierre-Alexandre Dedeбан, marketing coordinateur et Team Manager Armada Skis France. Best-seller de la marque, cette gamme a été doublée cet hiver à la demande du distributeur français. « Nous demandions un ski ARV plus sobre, plus accessible à monsieur tout le monde. L'hiver dernier la demande a été acceptée. Dorénavant, il y aura un ski plutôt sobre pendant deux saisons et chaque année un graphisme plus engagé », indique Sébastien Boyoud. Pour l'hiver 2026-27, c'est l'artiste et designer basé en Californie, Mark Paul Deren, plus communément connu sous le nom de Madsteez, qui à l'origine de la cosmétique de la gamme ARV en plus de la série Black qui est reconduite. Sur la partie all mountain freeride, la marque a collaboré avec l'athlète suédois Max Palm et présente la gamme AntiMatter qui

remplace la ligne Declivity. L'offre s'étend du 114 mm (pro-model de l'athlète) jusqu'au 82 mm bien que seules les deux plus grosses largeurs soient nouvelles. « Le AntiMatter 100 est issu du shape qui a été étudié pour le 114 avec des lignes de côte différentes. Ces nouveaux skis ont des rockeurs plus prononcés et seront un peu plus joueurs et un peu plus réactifs avec des noyaux en peuplier et un renfort TI sur le 114 », précise Pierre-Alexandre Dedeбан. La marque présente également une version allégée du Whitewalker 108 qui permet à un plus grand nombre de skieurs, dans davantage de régions, de profiter du design de Sammy Carlson. « Jusqu'à l'an dernier, il y avait deux pro-models avec le Whitewalker 116 et le Whitewalker 121. Pour l'hiver prochain, la gamme s'étend du freeride à la freerando avec l'ajout du Whitewalker 108 avec son noyau Karuba, et des renforts en carbone. Il peut être monté avec n'importe quelle fixation de freerando », précise le représentant de la marque. (yf) •

Lacroix Sports étoffe ses équipes et son champ d'action

Des produits d'exception

Depuis sa reprise par Günther Doll et Damien Boday en 2022, Lacroix Sports confirme année par année son retour sur le marché. Désormais basée à Saint-Martin-d'Hères, la marque collabore avec Martin Berger, patron fondateur des Ateliers Berger, Simon Porte Jacquemus, fondateur de la marque Jacquemus et vient d'inaugurer ses premiers magasins à Courchevel et à Val-d'Isère.

Arrivée en septembre 2025, Cécile de Bodard (ex-Nordica et Salomon) occupe le poste nouvellement créé de Marketing Manager chez Lacroix Sports. Une recrue qui confirme la bonne dynamique de la marque reprise en 2022 par Günther Doll et Damien Boday. Fondée en 1967 par le skieur jurassien Léo Lacroix, membre de l'équipe de France et médaillé olympique, la marque renaît de ses cendres et multiplie les projets. « Nous voulons sortir du 100 % ski et nous positionner d'ici 10 ans dans deux à trois autres sports. Actuellement, nous avançons prudemment sur le marché du golf au travers de partenariats et sponsoring lors de compétitions. Nous souhaitons développer, dès 2026, une offre pour la Corée, le troisième marché mondial du golf », indique Günther Doll, le responsable de la marque. En attendant, l'entreprise iséroise commercialise sa collection textile, ses accessoires de ski et sa première chaussure de ski créée en partenariat avec Nordica. Avec plus de 2.000 paires de skis fabriquées, le ski représente encore 80 % de l'activité de l'entreprise qui a dépassé les 2 millions d'euros de chiffre d'affaires. La marque propose une gamme d'une vingtaine de modèles mariant élégance et performance. « Ils sont tous conçus à partir d'un noyau de bois hêtre / peuplier et d'une à deux plaques de Titanal (un alliage d'aluminium) de différentes épaisseurs suivant la rigidité demandée. La fabrication est réalisée en Italie, sauf pour notre haut gamme à topsheet en Titanal, pour laquelle le brossage du métal, l'anodisation et la gravure sont réalisés dans le bassin grenoblois », précise Cécile de Bodard.

Des changements de design

Pour l'hiver prochain, la marque reconduit toute son offre. « Il n'y a pas de nouveaux skis pour l'hiver prochain, mais nous avons procédé



Lacroix vient d'ouvrir ses propres boutiques à Courchevel et Val-d'Isère.

« Dans quatre ou cinq ans, nous espérons vendre 10.000 paires par an et être présents dans de nombreux pays. »

à des changements de design sur les gammes GTti, LX, Excellence, Pearl LX, Alma, LXR et Reference », précise la responsable marketing. Dans le détail, la gamme compte une ligne Art Edition composée de l'Ultime Martin Berger, du Rudy et du Signature, une ligne Race/Demo composée du Master Leo 66 STti, du Leo 66 STti et du Leo 66 LTti, une ligne Piste Elite composée du Mach et du GTti, une ligne Piste Performance composée du LX, du Portillo et du best-seller Monarch chez l'homme et de l'Excellence, du Paerl 74, du Pearl LX, du Mona et de l'Alma chez la femme, une ligne Piste Polyvalent avec le Soft et le Pearl et une ligne Piste All Mountain qui comprend le LXR, le Reference et l'Escape. Sans oublier une série limitée dessinée et signée par Simon Porte Jacquemus qui vient d'être commercialisée. « C'est notre signature de créer chaque année un

produit d'exception pour une élite de passionnés », assure Günther Doll qui précise toutefois que 80 % de la gamme est compris entre 1.200 et 1.800 euros. « Dans quatre ou cinq ans, nous espérons vendre 10.000 paires par an et être présents dans de nombreux pays », poursuit celui qui était aux États-Unis avant les fêtes. En France, la marque vient d'ouvrir ses propres boutiques à Courchevel et Val-d'Isère. « Moins de 4 ans après le rachat de la marque et un reset complet de cette incroyable maison de skis et de vêtements, Lacroix devient partenaire officiel de Courchevel et inaugure un concept store unique à Courchevel 1850. Cette ouverture marque une étape clé dans le renouveau de la marque, portée par une vision claire, une identité réaffirmée et une ambition forte au cœur de la plus belle station du monde. Un immense merci à toutes les équipes pour leur engagement sans faille, ainsi qu'à notre partenaire historique à Courchevel, la famille Lepeudry, et les équipes de Ski Service pour leur confiance et leur soutien », conclut Günther Doll qui participera au Ski Force Pro et à Sport Achat. (yf) •

LES BREVES

Raccoon Skis

Fondée au Québec en janvier 2010, par deux amis d'enfance, Sébastien Moquin et Jonathan Bourgeois, la marque Raccoon Skis revendique pour l'hiver 2026-27 son identité québécoise et l'esprit sauvage des forêts enneigées de sa province natale. Représentée en France depuis 2023 par la société GB Diffusion de Sandra Arbet, la marque annonce en effet le retour de sa cosmétique à base de tête d'animaux. « Les skis Raccoon sont appréciés lors des tests, mais la marque manque un peu de notoriété et de communication. Ce retour à des designs plus différenciants était une demande de ma part », précise le distributeur français. Un nouveau graphisme qui s'accompagne d'une relocalisation de la production au Canada à base de bois d'érable. « C'est un vrai retour aux sources, un retour à l'ADN de la marque avec une fabrication locale. C'est important de jouer sur ses forces, sur l'authenticité de la marque. C'est de cette manière que nous allons prendre des parts de marché », anticipe déjà Sandra Arbet. Ses 7 commerciaux présenteront lors du Ski Force Pro et sur le salon de Sport Achat le modèle Grizzly, un ski polyvalent taillé pour le tout-terrain et le Condor, un ski agressif et explosif fait pour la piste. Le distributeur accompagnera ses présentations avec le folklore québécois à base de rhum, de petits gâteaux au sirop d'érable, du saucisson de bison et de bonne humeur. « Raccoon est ce qu'on appelle parfois une marque exotique. Notre but est de la distribuer avec plaisir. Commercialiser cette marque de skis nous permet aussi de mettre en avant nos casques Diezz sur les événements et de nous amuser avec les clients », conclut la directrice qui précise toutefois que la grille tarifaire n'évolue pas pour l'hiver prochain.

LES BREVES

Dynamic

Marque mythique du ski français, Dynamic est de retour sur le marché depuis 2018, date de la reprise de la marque par Ingrid Menet. Après une longue carrière dans la grande distribution en France et à l'étranger, elle se félicite de ses premières années à la tête d'une entreprise de skis. « La marque Dynamic continue de grandir et d'évoluer, mais l'essence reste la même : une passion pour le ski, une quête pour l'excellence et un engagement pour la durabilité. La flamme est toujours là, et elle continue de brûler », précise la présidente de Dynamic, satisfaite du chemin parcouru depuis la reprise. « J'aime beaucoup ce que j'ai réussi à faire tout en respectant les valeurs des fondateurs. Les spécialistes reconnaissent les skis Dynamic pour leur performance. Il y a trois ans, j'essayais d'avoir des distributeurs à l'étranger. Maintenant, ils viennent à moi », précise la responsable de la marque. C'est d'ailleurs pour se concentrer sur l'export que l'entreprise a confié sa distribution France à l'agence commerciale Peak de Leni Pozzallo. « Le but est de prendre de la hauteur pour avoir plus de temps pour développer l'international. L'agence a un portefeuille de marques qui lui permet de rentrer dans certains magasins. Pendant 5 ans, j'ai vu la difficulté de se faire référencer dans certaines stations. Nous allons voir s'il fait mieux que moi. L'objectif reste d'avoir un magasin par station », commente Ingrid Menet. La marque ne sera pas présente sur le Ski Force Pro ni à Sport Achat. « L'idée est d'aller voir les magasins et de prendre le temps de découvrir la gamme avec eux », précise la propriétaire qui annonce pour l'hiver prochain une suite du VR17. Le reste de la gamme est reconduite avec toujours la même fabrication en Italie.

Blackcrows assume sa politique commerciale

Une marque « Margin Provider »

Un an après l'arrivée de Francois Convercey (ex-Rapha) à la tête de la marque et deux ans après sa promotion au poste de vice-président des ventes mondiales, Julien Vigouroux revient pour SPORTéco sur la stratégie commerciale de Blackcrows.

Fondée en 2006 par les skieurs professionnels Camille Jaccoux et Bruno Compagnet, Blackcrows fait figure d'exception sur le marché du ski. La marque française annonce un chiffre d'affaires de près de 25 millions d'euros pour un effectif de moins de 50 salariés. « Nous avons terminé la dernière période de précommandes monde sur une hausse de 16 % avec une stagnation aux Etats-Unis », affirme le vice-président des ventes mondiales, Julien Vigouroux. La marque entend retrouver le chemin de la croissance outre-Atlantique avec le recrutement début octobre d'un Sales Manager allemand pour s'occuper du marché américain. « En Europe, nous avons une super équipe. Martin Lenghart, fils de Bruno, est notre commercial pour la Tarentaise, la Maurienne et les Aravis. Nous avons recruté Anthony Joly Pottuz pour le Pays du Mont-Blanc, la vallée de Chamonix, le Chablais et toute la Suisse francophone. Nous avons intégré notre force de vente là où c'était le plus rentable, c'est-à-dire en Italie, en Suisse et dans le 73 et le 74 en France. Notre stratégie commerciale et nos relations avec la distribution fonctionnent bien. Le positionnement de la marque en tant que « Margin Provider » porte ses fruits », poursuit l'ancien Sales Manager du Millet Mountain Group.

Une cohérence de marque

La marque met en avant sa cohérence commerciale. « Nous vendons des produits premium. On ne se bat pas partout et pas avec tout le monde. L'objectif reste d'être un apporteur de marge pour nos partenaires qui respectent les prix de vente publics. Nous avons une politique de remise quasi nulle. Cela fonctionne, car cela fait 20 ans que nous cultivons la marque. Au lieu d'investir dans des marges théoriques en sell in, on investit dans du marketing qui renforce la désirabilité et cette désirabilité favorise le



Blackcrows a ouvert en décembre un nouveau point de vente à Courchevel 1850.

sell out. Nos détaillants ont compris qu'il est préférable pour tout le monde de bien vendre les produits qu'ils achètent et d'en acheter le bon nombre ». Dans cette politique de distribution contrôlée, la marque a contractualisé un accord avec Skiset pour la location. « Nous travaillons avec des magasins d'autres enseignes, mais au cas par cas. Cela permet de collaborer avec des gens qui comprennent notre discours »,

goutte d'eau et d'un talon en queue de pie. Sur le segment big mountain, la marque va retoucher son modèle Anima et faire évoluer sa famille Freebird avec une nouvelle approche technique de compatibilité entre la peau et le ski. « La peau fera partie du package. Le set peau et ski nous fait gagner entre 10 et 15 % de poids par rapport à la gamme précédente. Nous arrivons aussi avec de nouveaux bâtons pour

« Nous avons une relation respectueuse avec nos partenaires. On les considère d'égal à égal. Il n'y a pas de relation dominé-dominant. »

explique Juline Vigouroux qui précise qu'il respecte la loi et n'impose pas les prix de vente. « Nous avons une relation respectueuse avec nos partenaires. On les considère d'égal à égal. Il n'y a pas de relation dominé-dominant ».

Des nouveautés et du carry-over

Pour l'hiver prochain, Blackcrows va conserver dans le segment all mountain son best-seller le Mirus Cor et ajouter à son offre le Vena Cor, un ski de 100 mm doté d'une spatule spécifique en forme de

accompagner cette innovation », précise le responsable des ventes qui n'oublie pas de citer la bonne dynamique du segment textile. « Comme pour le ski, nous avons une gamme plutôt premium sur le textile. Blackcrows a toujours été une marque de dualité. Peu importe leur statut social, les clients de la marque se retrouvent autour de la passion du ski. Cela crée toute la différence et nous permet de faire ce grand écart entre des produits qui peuvent être très chics, limite fashion urbain, et des produits très techniques et hyper light », conclut Julien Vigouroux. (yf) •

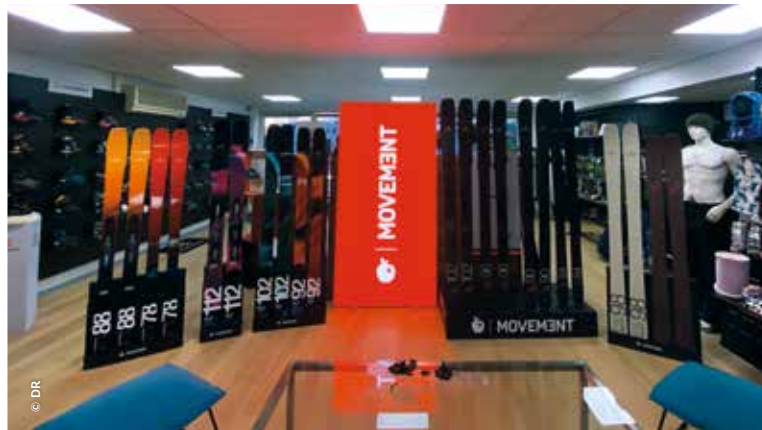
Movement repart sur de nouvelles bases

Plus clair et plus lisible

En 2025, Movement a relocalisé sa production en Europe et repensé l'intégralité de son offre. Les explications de Yann Zaccaro, Country Manager France de la marque.

Après deux années compliquées, suite au départ du fondateur Serge Baud, Movement retrouve le chemin de la stabilité. Paul Beausire, le fils de l'actionnaire, a repris la main sur l'entreprise et débuté une nécessaire restructuration. La société basée à Vevey a réduit ses coûts, rationalisé sa gamme et réorganisé ses équipes en phase avec son chiffre d'affaires. La PME a aussi fermé son usine en Tunisie qui comptait plus de 80 salariés. « Le plan de fermeture a été financé par la revente de l'outil de production, des matières et de tous les actifs de la société. Movement a fait appel à des fabricants basés en Suisse et en République tchèque et a redéveloppé tous ses moules », précise Yann Zaccaro, Country Manager France de la marque. Avec ces nouveaux partenaires industriels, l'entreprise

présente une gamme en phase avec les attentes de la nouvelle génération. « Les responsables de la marque n'ont pas encore 30 ans. Ce sont les jeunes qui pilotent le projet et qui apportent leur vision du ski », poursuit Yann Zaccaro. La collection est construite autour de 3 programmes : Gravity pour ceux qui courent après l'adrénaline en descente, Hybrid qui offre agilité en montée et descente puissante, et Elevation conçue pour l'ascension. Sur ce segment touring, la marque propose désormais un set de skis de randonnée 100% swiss made avec la série Alp Tracks. « Nous avons mis en place un partenariat avec une nouvelle marque de fixation made in Suisse, Selun, et nous collaborons toujours avec Colltex pour les peaux. Avec le made in Suisse, la marque a trouvé un angle d'attaque qui est à la fois pertinent et cohérent. Cela segmente



de manière naturelle l'offre touring et l'offre alpine avec des lieux de production différents », explique le Country Manager. La marque a réduit sa collection et présente une gamme simple, claire et lisible. « Nous sommes passés de 7 familles à 5, de 34 modèles à 16 et de 108 références à 54 », résume Yann Zaccaro. Pour le volet all mountain, la franchise Révolution se décline en deux largeurs (78 en full Titanal et 88), tandis que la gamme Fly couvre le segment freeski avec des modèles unisexes en trois largeurs

(92, 102 et 112). Pour le freerando, la gamme Sequence s'étend du 86 au 104 avec des noyaux en Paulownia et en fibre de lin et des inserts en liège aux extrémités. La marque est toujours partenaire des guides suisses et a signé il y a un an un partenariat avec le Syndicat national des guides de montagne en France. « Nous sommes également partenaires des Portes du Soleil qui est le domaine skiable qui fait le trait d'union entre la France et la Suisse », précise le responsable de la filiale France. (yf) •

Faction entre dans une nouvelle danse

Un virage stratégique

Fort du succès de son Dancer 79, Faction étoffe sa gamme pour l'hiver 2026-27 et confirme ses ambitions sur le marché du freeski plus polyvalent et plus accessible que celui du freestyle.

L'année 2026 marque les 20 ans de la marque Faction, créée en 2006 à Verbier en Suisse. Un événement qui sera visible sur la gamme Studio avec deux X sur toute la longueur. Au-delà de cet anniversaire, la marque confirme son virage stratégique. « Depuis 2018, nos skis sont au cœur de nos préoccupations avec une fabrication dans l'usine Amer Sports en Autriche. Nous avons gagné en qualité et en durabilité », affirme Olivier Garcin, Global Head of Sales chez Full Stack Supply Co (FSSC). L'entreprise souhaite passer d'une marque de freestyle à une marque de freeski. « La série Prodigy

avec sa construction Twin Tip reste notre best-seller. Ces skis sont notamment utilisés par nos athlètes en compétition. Mais la gamme qui représente notre vision du freeski est le Dancer. Nous avons lancé cet hiver le Dancer 79 et les retours du marché sont très bons. Nous sommes présents dans 18 pays, et aucun ne nous a dit que c'était une erreur. D'ailleurs, nous sommes sold out », se félicite Olivier Garcin. Sans surprise, la gamme Dancer est étoffée pour 2026-27 avec pas moins de 3 nouveaux moules. « Le Dancer 79 voit arriver le Dancer 89, le Dancer 99 et le Dancer 106 avec une version avec ou sans Titanal sous le pied

(sauf pour le Dancer 106). La version sans Titanal répond à la fois à un besoin de prix plus agressif, mais aussi à notre volonté de toucher un skieur un peu moins exigeant. Nous ouvrons une catégorie sur laquelle nous n'étions absolument pas présents. Le segment freestyle en mode Twin Tip représente selon les études entre 10 et 13% du marché du ski. Nous avons certes une part de marché assez élevée dans ces 13%, mais nous nous autorisons à regarder les 87% restant », précise le responsable de la marque. A noter que la version Titanal arbore un design clair et épuré quand l'alternative plus légère et plus agile, dotée d'un noyau en peuplier mise sur plus de couleur. « Nous partons du principe que la clientèle qui va acheter un ski Titanal est une clientèle haut de gamme, mature », indique Olivier



Garcin qui cible aussi les parcs de location. Pour compléter ce lancement, la marque a signé un accord avec le Freeride World Tour en tant que fournisseur officiel skis, chaussures et bâtons. (yf) •

Kästle se « sublime » sur le all mountain

Une nouvelle case en plus

Toujours basée à Hohenems où elle a été fondée en 1924 par Anton Kästle, la marque de ski éponyme confirme ses ambitions. La marque autrichienne connue pour ses spatules Hollowtech présente pour l'hiver prochain de nouveaux modèles afin de répondre aux besoins d'un plus large panel de pratiquants.

A l'occasion des JO de Milan Cortina, Kästle repense le design de ses skis race. La marque autrichienne centenaire met en avant sa célèbre couleur Mint sur toute la longueur du ski. Seuls le logo noir de la marque et la spatule Hollowtech viennent compléter une cosmétique pour le moins épurée. Pour l'hiver prochain, la marque fait surtout évoluer beaucoup de ses modèles avec l'ajout de nouveaux moules. « Nous essayons de rajeunir un peu la marque pour toucher un public un peu plus large », annonce Perrine Gannac, en charge de la communication de l'agence Showroom le 13, le représentant de Kästle en France. Le MX est reconduit pour l'hiver prochain, mais voit arriver une gamme repre-

nant sa construction dans des largeurs plus larges. Baptisée Sublime, cette nouvelle gamme all mountain s'étend du 83 mm au 93 mm avec un noyau bois hêtre/peuplier, une double plaque Titanal et un vrai rocker à l'avant. Si le Sublime 83 est unisex, le Sublime 88 et le Sublime 93 seront déclinés en version femme. « Cette gamme répond à la demande du public pour des skis à tout faire. Cela coche une case que nous n'avions pas jusqu'ici », précise Perrine Gannac. Pour la saison 2026-27, Kästle met fin à la série ZX. Elle sera remplacée par la gamme Transcend (98, 104, 114). « Ces skis freeride se distinguent par leur rocker avant et arrière et leur petit insert Titanal sous le pied pour offrir un peu de rigidité. Ce sont des



Kästle est peut-être la marque qui apporte le plus de nouveautés pour l'hiver 2026-27.

skis légers, joueurs et accessibles », indique la marque qui ajoute également le TX107 à son offre touring. Ce n'est pas tout, puisque la marque a revu son offre de skis piste femme dans sa gamme Terra. « Pour l'hiver prochain, nous présentons le Wave 74 qui reprend un noyau bois et une double plaque Titanal. Le Quartz 72, pour une pratique plus accessible, est conservé avec une nouvelle cosmétique

blanche », explique Perrine Gannac qui annonce aussi des évolutions chez les enfants. Le ZX Alpha devient le Transcend Alpha, avec un nouveau design, le RX12 Alpha adopte la nouvelle couleur race, tandis que le KX Holly conserve ses petites oreilles de lapin dans une nouvelle cosmétique. Enfin, la capsule Legend met de côté le noir pour un bleu marine et or sur le modèle 1968 Wedler. (yf) •

Nic Impex se diversifie avec Majesty

Une approche décalée

Propriétaire d'Arva et distributeur d'une quinzaine de marques, Nic Impex a repris il y a deux ans la commercialisation des skis Majesty. Un choix payant pour le distributeur qui a doublé ses ventes sur ce segment.

Ancien de chez Samaya, Antoine Vengeon a été nommé au poste de Brand Manager chez Nic Impex à la mi-novembre. Une création de postes qui doit permettre au dis-

tributeur d'avoir un intermédiaire entre sa quinzaine de marques et les équipes en interne. Soucieux d'aller chercher de la croissance non dépendante de la neige depuis plusieurs années, le distributeur français n'en délaisse pas pour autant le segment du ski. « Avoir une marque de ski reste intéressant à nos yeux puisque notre pôle hiver représente toujours 45 % de notre chiffre d'affaires. Cela complète bien notre offre et c'est aussi plus simple d'avoir des discussions avec nos partenaires quand on a des skis, des fixations, des peaux, des bâtons et des produits de sécurité comme des DVA. Le ski est sûrement la catégorie la plus sexy », explique Antoine

Ferrero, le responsable des ventes de Nic Impex. La société a doublé son chiffre d'affaires en remplaçant Ski Trab par Majesty il y a 2 ans. « Majesy se positionne comme une marque qui apporte une image nouvelle sur le marché. Ce n'est pas une marque radicalement novatrice, elle ne réinvente pas le ski. Par contre, elle apporte une approche un peu décalée avec une identité freeride, freeski. Nous allons continuer à pousser la randonnée qui est ce qui marche le mieux, mais l'objectif pour les années à venir sera de pousser la piste et le all mountain. Le modèle GTX Ti, dédié à la piste, a été renforcé avec une plaque en Titanal sur toute sa longueur, tandis que le HNX est un ski polyvalent et réactif, avec sa construction 4R et son talon en queue de pie. Ce sont des skis pour se faire plaisir », précise Antoine Vengeon. La marque polonaise est très proche de son fabricant local

et est aussi distributeur sur l'Europe de l'Est. « Cela nous rappelle un peu notre métier puisqu'avec Arva nous sommes à la fois marque et distributeur. C'est plus facile dans nos relations. On sait par exemple qu'il peut y avoir des hivers avec moins de neige, avec beaucoup d'incertitudes, avec des niveaux de stocks variables chez les détaillants. Le fait d'avoir un fournisseur qui ne compte pas que sur le ski est un vrai plus. Cela permet de se projeter à 2 ou 3 ans », souligne Antoine Ferrero. La marque est d'ailleurs dans une phase de rationalisation de son offre et affiche son souhait de fusionner des gammes. « Majesty n'est pas dans la surproduction et dans l'expansion de son catalogue. Notre but n'est pas de vendre 50% de nos stocks à moins 40% en début de saison. Nous avons ce luxe d'être dans une niche et de ne pas courir après la croissance », conclut le distributeur. (yf) •



Un nouveau président du conseil d'administration chez Exonde

Un retour aux sources

Fondée pour allier performance et légèreté sur les pistes, la marque suisse Xo annonce un retour aux sources avec l'arrivée de son co-fondateur Antoine Blondel aux manettes. Le groupe met en avant un discours plus clair et plus lisible pour l'hiver 2026-27.

Créée en 2011 par l'ancien skieur alpin Stéphane Exartier, la société suisse Exonde est désormais pilotée par Antoine Blondel. Co-fondateur d'Exonde, cet ancien de Lacroix et de Dynastar possède une large connaissance du marché du ski. « J'ai fait près de 10 ans chez Lacroix en tant que directeur général. Quand la marque a été vendue à des investisseurs suisses, j'ai démissionné pour rentrer chez Dynastar et m'occuper de l'international », explique le nouveau directeur d'Exonde. C'est d'ailleurs chez Dynastar qu'il va faire la rencontre de Stéphane Exartier, alors membre de l'équipe de France. « Il a épousé une femme

polonaise et s'est retrouvé à courir pour la Pologne. Je l'avais équipé à l'époque. Quelques années après, je lui ai confié la Suisse romande en lui offrant la possibilité de devenir commercial. Nous avons fait une bonne équipe pendant 2 ou 3 ans avant que je quitte le ski pour le nautisme ». Les deux hommes gardent contact et se motivent à lancer leur propre marque de ski. « A l'époque, il voulait faire des skis écologiques. C'était un peu tôt et je l'ai encouragé à se spécialiser sur la piste premium. En 2011, XO était né ». Co-fondateur de la marque, Antoine Blondel reste en retrait, laissant son associé diriger l'entreprise. Après le Covid, le responsable de la marque lève

des fonds et trouve de nouveaux actionnaires suisses. « Pour diverses raisons, il y a eu comme une cassure actionnariale. Ils ont pris la décision que cela ne pouvait pas continuer comme cela. Stéphane n'est plus en charge de l'opérationnel, mais reste actionnaire », indique Antoine Blondel qui, à la retraite, a accepté d'assumer la fonction de président du conseil d'administration.

Le même ADN

Avec Greg Bilic, responsable des ventes, il a repensé l'offre de l'entreprise, tout en conservant les bonnes idées de Stéphane Exartier. Pour l'hiver prochain, la marque va donc se concentrer sur 4 gammes et renforcer son image piste performance premium. « Nos skis V7 et V12 seront commercialisés dans une gamme Origine avec une cosmétique élégante, classe et intemporelle.

L'idée est de travailler dans le temps avec nos détaillants et d'éviter des prix cassés sur cette ligne qui comprendra un ski noir, un ski blanc et un ski gris », précise Greg Bilic qui présente une gamme Trend qui reprendra la même construction, mais avec un design plus fashion qui évoluera tous les 2 ans. La marque introduit aussi dans cette gamme le V21 de 87 mm au patin. La troisième gamme baptisée Ti change de cible. Cette ligne sport sera composée de 3 modèles (70, 77, et 87) avec une double plaque Titanal. Enfin, la marque conserve son ski Le One en version blanche et en version noire avec toujours sa semelle rouge. « En France, nous avons près de 60 clients. Nous avons un positionnement, une offre et une cible clairs. C'est un passage de relais, mais nous allons garder l'ADN parce que je suis sûr que nous sommes dans le vrai », conclut Antoine Blondel. (yf) •

Avec Van Deer - Red Bull Sports, Plein Nord se met au ski alpin

Une diversification étonnante et stratégique



Forte de l'expertise de Marcel Hirscher, Van Deer - Red Bull Sports propose des skis pensés pour la compétition, le freeride et le backcountry.

En 2026, Plein Nord Distribution élargit son spectre. Déjà en charge de la distribution de Scarpa et Gecko, l'entreprise est depuis le 1^{er} janvier agent de la marque Van Deer - Red Bull Sports. « Nous ne voulions plus être considérés seulement comme un distributeur de produits de ski de randonnée, mais comme un distributeur de ski de manière globale », explique Nicolas Geydet, le directeur de Plein Nord qui annonce aussi l'arrivée des sacs Evoc et des bâtons Kang. Avec Van Deer - Red Bull Sports, l'entreprise va relever un nouveau challenge. « Nous étions en discussion avec plusieurs marques, mais Van Deer - Red Bull Sports correspondait le plus au projet de recentrage sur le hardgoods au détriment du textile. Nous privilégions les marques innovantes, techniques et premium. Van Deer - Red Bull Sports est une marque unique de par son histoire et ses choix stratégiques. Elle vient de construire une usine flambant neuve ».

L'objectif de la marque est d'être présente aux bons endroits et de trouver les partenaires capables de valoriser sa marque. « C'est très agréable parce qu'on voit qu'ils ne veulent pas faire n'importe quoi au profit des ventes. Ils veulent absolument placer la marque, la rendre attractive et désirable. Nos partenaires seront rassurés par une distribution sélective. Le but est d'être perçu comme une marque référente dans le domaine du ski et pas seulement en race. Ils vont s'ouvrir vers une offre all mountain avec une

gamme de skis de randonnée très originaux par leur shape dès l'année prochaine », annonce Nicolas Geydet. Dorénavant structuré autour de 3 pôles (Ski & Mountain, Run & Cycling et Explore), Plein Nord se montre ambitieux. « Nous nous sommes recentrés sur le matériel et l'accessoire, mais nous sommes aussi diversifiés en créant un équilibre entre le ski, le vélo, le running, l'escalade... D'autres annonces devraient être officialisées en janvier », conclut Nicolas Geydet. (yf)



Chez Zag, Eric Bascle change tout ou presque

L'heure du renouveau

Créée en 2002, Zag entame un nouveau chapitre de son histoire avec un nouveau propriétaire, une nouvelle direction, une nouvelle identité graphique, de nouvelles têtes d'affiche et une nouvelle usine de fabrication. Son président Eric Bascle, notamment passé chez Blackcrows, ambitionne d'accélérer sa croissance et de renforcer sa présence à l'international.

Ex-patron des skis Blackcrows et de Db, Eric Bascle est de retour sur le marché du ski. Désormais à la tête de Zag, il vise un redéploiement à 360 degrés de la marque avec le soutien financier de son actionnaire majoritaire Alain Rauscher. « Il nous faut réactiver la flamme et faire de Zag une marque lifestyle, que chaque skieur peut s'approprier », ambitionne Eric Bascle qui a déjà mis en place une nouvelle identité graphique. « Cela peut paraître très immodeste, mais je pense que ce renouveau est nécessaire afin de redonner un petit coup de frais dans le monde du ski libre. Le ski libre a été inventé en France et a vraiment bousculé le secteur un peu avant les années 2010. Cette contre-culture s'est, pour tout un tas de raisons, essoufflée avec le temps. Ma théorie c'est que les gens ont envie d'être reconnus comme des membres à part entière de cette communauté qui comprend aujourd'hui des DJ, des architectes, des artistes, des designers. Cela devient un collectif et l'attente par rapport aux marques est très différente », affirme le président de l'entreprise qui s'est fixé comme mission de créer une nouvelle plateforme de marque autour de nouvelles valeurs. « Hier, Zag était surtout un fabricant de skis. C'est un peu le syndrome du Concorde, c'est-à-dire que c'était le meilleur ski, mais personne n'était au courant. Si on ajoute à cela l'absence totale d'esthétique, c'est rédhibitoire », analyse le nouveau patron de la marque.

Réenchâter le réel

Longtemps associée aux guides et autres travailleurs de la montagne, la marque vise un public plus large. « Nous sommes basés à Chamonix, mais nous venons de bien plus loin. Il y a beaucoup de skieurs des Pyrénées, des Alpes du Sud, du Massif Central, du Jura... Nous revendiquons cette



Avec sa gamme all mountain Mata, Zag avait déjà amorcé un virage stratégique.

« En France, la marque avait perdu 50 shops en deux ans. Nous les avons tous regagnés et il faudra en gagner 50 supplémentaires. »

espèce d'ancrage multi local, qui justement fait que nos skis sont adaptés à des conditions de neige qui ne sont pas forcément exceptionnelles, mais qui sont très réalistes. Nous parlons d'un monde réel, mais qui néanmoins peut faire rêver, pas par l'exploit, mais par l'invitation à l'exploration. Le but est de réenchâter un quotidien ». Un discours qui a déjà convaincu les athlètes comme Mathis Dumas, Julien Regnier et Enak Gavaggio. « Il y a aussi pas mal de femmes qui ne trouvent pas leur place dans ce monde hyper masculin et pour qui le bouche-à-oreille a fonctionné d'une manière incroyable. On a l'exemple d'une jeune skieuse comme Mia M^eNab qui a décidé de nous rejoindre », précise celui qui s'est aussi rapproché de l'association Freeski Belleville qui mixe freestyle et freeride.

Une vraie gamme location

Dévoilé lors du High-Five, le renouveau de Zag passe évidemment par les nouvelles collections de skis. La marque a décidé de chan-



Zag mise désormais sur le freeride pour développer son chiffre d'affaires.

ger d'usine partenaire. Alors que le contrat avec l'usine d'Elan en Slovénie était près, la direction a été contactée par les Autrichiens de Head et a accepté son offre. « C'est un honneur de travailler avec Head. L'objectif est d'avoir aussi 20% de notre production en France, pourquoi pas à Sallanches. Notre philosophie passe évidemment par des skis différents avec de nouveaux designs. Depuis 5 bonnes années, le freetouring était majoritaire chez Zag, mais notre cœur de marché doit être le freeride à la fois le segment tout terrain, c'est à dire les skis de 92 mm jusqu'à 105 mm, et le big mountain du 105 mm au 120 mm », indique Eric Bascle. Les grands changements sont attendus pour la collection 2027-28. D'ici là, la marque va introduire un nouveau ski tout terrain baptisé Aroc et confirme la fin de sa gamme all mountain Harfang à compter de cet hiver. La marque a déjà signé un accord avec le groupe Skiset pour mettre en place un vrai programme de location comprenant le Mata, l'Aroc, le nouveau Slab et l'Ubac 89. « Nous allons donner

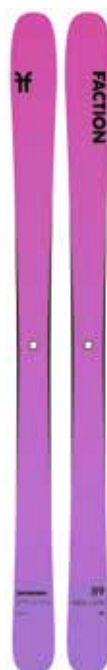
une unité à cette gamme puisque tous les skis auront un design blanc. L'idée est de voir si l'unité de gamme et un prix unique permettent de créer quelque chose de particulier ». Sur le plan, commercial, la marque vise aussi l'export. « La France pèse trop lourd dans nos ventes. La marque avait perdu 50 shops en deux ans. Nous les avons tous regagnés et il faudra en gagner 50 supplémentaires, mais la priorité sera de se développer à l'international. Nous avons déjà ouvert la Norvège et la Grande-Bretagne », indique Eric Bascle qui dresse une liste assez impressionnante des chantiers déjà lancés. « Nouvelle plateforme de marque, nouveau logo, nouvelle collection, nouvelle équipe, création de l'offre location, nouvelle plateforme IT avec un nouvel ERP, nouvelle plateforme logistique... Chez Blackcrows, nous avons tout révolutionné en moins de 5 ans. Chez DB, il a fallu plus de 4 ans. Dans les petites entreprises, il y a certes une contrainte de masse critique et un manque de moyens, mais il y a l'avantage de la liberté d'action. Ma conviction, c'est qu'il faut aller vite », indique le directeur qui vise les 10 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2029, dont 40% à l'export, et un Ebitda proche de 20%. (yf) •



Faction est une marque suisse créée en 2006, à Verbier. Faction se définit comme un collectif de passionnés de montagne. Leur objectif est simple : proposer des skis de qualité avec un fort ADN Freeski qui répondent aux différents terrains et programmes actuels. Plus d'informations sur www.factionskis.com



phænom - lancée durant la saison 24/25 by the Faction Collective - propose des chaussures de ski Performante avec une construction hybride innovante (Cabrio / Overlap). Durable et réparable en favorisant la circularité avec des matériaux recyclables. Élégante avec un design simple et épuré. Pour 26/27, Phænom entre dans une nouvelle ère avec les versions 02 et de nombreuses améliorations ! Plus d'informations sur www.phaenom-footwear.com



Modèles
Non-TI



Modèles TI



FACTION

Dancer 89 TI & Dancer 89 Non-TI

Grosse nouveauté chez Faction : la SÉRIE DANCER évolue avec des nouvelles constructions et largeurs. Dancer TI (79, 89, 99, 106 mm) pour puissance et stabilité, et Dancer non-TI (mêmes largeurs, sauf 106) pour une glisse plus accessible et intuitive. Fabriqués en Autriche avec matériaux recyclés et énergie 100 % renouvelable.

LES MODÈLES TI combinent deux plaques de Titanal et un noyau en peuplier pour offrir accroche, amorti et contrôle. Le Dancer 89 TI en est l'exemple : précis, stable et performant sur toute la montagne, aussi à l'aise en carvings que dans les terrains irréguliers.

LES MODÈLES NON-TI misent sur la légèreté, la maniabilité et la tolérance. Sans Titanal, ils restent réactifs mais moins exigeants.

Le Dancer 89 Non-TI le démontre : flottabilité, polyvalence et prise en main facile pour progresser en all-mountain/piste.

Prix de Vente Conseillé : 699€ (TI) – 629€ (Non-TI).

PHÆNOM

FS 02 130

La fs 02 130 offre un flex 130 puissant et un contrôle grâce au nouveau TPU+. Son fit 100 mm et la construction hybride cabrio/overlap assurent stabilité sur toute neige. L'ouverture de coque revue et le cou-de-pied plus haut améliorent l'ajustement, tandis que le Easy Entry System facilite l'enfilage.

Le chausson GridSkin™ allège l'ensemble. Trois inserts règlent l'inclinaison et le phænom Strap optimise rebond et stabilité.

Prix de Vente Conseillé : 599€.



PHÆNOM

FR 02 110

La fr 02 110 mise sur le confort sans sacrifier les performances. Son ouverture de coque redessinée et le cou-de-pied rehaussé améliorent l'ajustement et le contrôle. Le Easy Entry System facilite l'enfilage. Le chausson fr 02 intègre une nouvelle zone de flexion pour la marche et la mousse Perfora™ pour plus de respirabilité et de légèreté. Le phænom Strap optimise rebond et absorption.

Prix de Vente Conseillé : 649€.



SPORT ACHAT
HIVER **K40**





Plus d'informations sur www.armadaskis.com/fr-fr

Armada skis est une marque américaine qui propose des skis freestyle allmountain et freeride depuis maintenant plus de 20 ans. Avec une essence tournée vers les pratiques alternatives tels que le skate ou le surf, Armada skis a toujours su écouter les idées des pro riders pour définir les lignes de côtes et rockers des skis. Grâce à une conception qui vient tout droit de l'Utah et une fabrication autrichienne de qualité, Armada propose des skis conçus par des skieurs, pour des skieurs.



**SPORT ACHAT
HIVER H42-H43**



AR ONE AF 110



AR ONE AF 130

AR ONE AF

Suite au lancement de la chaussure de ski AR ONE l'an dernier, Armada skis propose à partir de l'hiver 26/27 une variante freerando avec un vrai walkmode. Décliné uniquement en flex 110 et 130 et avec inserts avant et arrière. Même coque et même densité chausson que la version alpine. Choix délibéré de ne pas les alléger pour conserver le maximum de confort et de skiabilité à la descente. Cette chaussure est donc plus lourde que la majorité des autres marques mais avec les mêmes performances réelles que la version alpine. Prix de Vente Conseillé : 649,95 € (modèle 110) 749,95 € (modèle 130).



Antimatter 100



ANTIMATTER

Cette gamme de skis Antimatter va remplacer la gamme Declivity en proposant deux nouveaux skis : le Antimatter 100 et le Antimatter 114 (pro model Max Palm). Le 82Ti, 88C, 92Ti et 108 restent pour le moment inchangés mise à part le nom. Skis allmountain performants, avec une essence freeski bien plus présente sous le pied.

Cambre plus présent et rockers plus longs et prononcés aux extrémités. L'Antimatter 100 est un ski réactif, précis, conçu pour skier à haute vitesse peu importe l'état de la neige en hors-piste.

Prix de Vente Conseillé : 749,95 € (Antimatter 100) - 799,95 € (Antimatter 114)



Antimatter 114

NEW

ANTIMATTER Women 100

La nouveauté cette année c'est l'Antimatter Women 100 qui propose un programme à la fois allmountain et freeride. Ce ski est en effet le même que la version Homme en termes de flex et rocker. Il pourra permettre aux skieuses de bon niveau de sortir en freeride les jours de poudre et de profiter du reste du domaine dans des neiges plus compliquées grâce aux rockers généreux et au cambre bien présent pour accrocher en neige dure.

Prix de Vente Conseillé : 749,95€.



Photos : Philippe Toupet @philippe_toupet
Rider : Pierre-Alex Dedebeban @pad.powder

Plus d'informations sur
www.armadaskis.com/fr-fr

ARV BLACK / ARV MADSTEEZ

L'histoire d'amour entre l'artiste californien Madsteez et Armada continue pour 26/27. Vous aurez comme cet hiver, le choix entre les skis version Madsteez ou les ARV full black edition.
 Prix de Vente Conseillé : 599,95 € (ARV 100).



ARV 100 full black

ARV 100 Madsteez



ARW 94

Le ski allmountain freestyle version femme chez Armada. L'ARW 94 pourra en effet assumer globalement le même programme que le Antimatter Women 100 mais avec un comportement un peu plus incisif sur piste et une polyvalence accrue pour se faire plaisir dans tout le domaine skiable.

En effet, avec son cambre sous le pied bien prononcé et ses rockers relativement court, l'ARW 94 concède un comportement alpin très sain et une réelle versatilité.
 Prix de Vente Conseillé : 549,95€.

WHITEWALKER 108

Les skis Whitewalker deviennent une gamme à part entière avec le nouveau 108. La gamme Whitewalker, dont les shapes sont pilotés par Sammy Carlson, proposera trois modèles différents avec le nouveau 108, le 116 et le 121. Carver sur les pistes en neige de printemps, sortie en poudreuse ou bien mission freerando, ce nouveau Whitewalker 108 est pensé pour pouvoir affronter toutes les conditions. Ce ski pourra être monté avec des fixation alpine comme un allmountain freestyle large ou bien avec des fixations freerando.
 Prix de Vente Conseillé : 749,95 € (modèle 108).



KIMBO SKI

L'histoire continue aussi du côté de la gamme Zero (la gamme innovation lab de chez Armada) avec ce pro-model. Après 14 ans de collaboration avec Armada, le rider suédois Kim Boberg a voulu transformer ces idées en réalité avec ce ski freestyle directionnel unique sur le marché. Avec 95 au patin, un tail directionnel et un flex relativement souple, Armada propose ici un mélange entre un ARV 94 et un Stranger. Ce ski pourra à la fois carver sur piste et vous permettre d'envoyer vos meilleurs tricks en snowpark.
 Prix de Vente Conseillé : 749,95 €.



SPORT ACHAT
 HIVER **H42-H43**

Fondée en 1967 par le skieur olympique Léo Lacroix, la Maison incarne performance et excellence. Référence mondiale du ski premium, elle conçoit des skis artisanaux et développe textiles et accessoires alliant technicité et élégance. Partenaire de la station de Courchevel, Lacroix dispose aujourd'hui de deux boutiques flagship à Courchevel et Val d'Isère, renforçant son leadership sur le segment ski & skiwear haut de gamme. Plus d'informations sur www.lacroix-sports.com



COLLAB JACQUEMUS

Jacquemus et Lacroix Sports présentent une capsule ski inédite alliant design mode et haute performance alpine. Composée d'une paire de skis et d'un masque, elle associe l'exigence technique de Lacroix et la poésie de Jacquemus pour proposer une vision contemporaine et élégante du ski.

Les SKIS offrent une précision remarquable sur piste, enchaînant aussi bien les virages courts que les grandes courbes. Son noyau en hêtre/peuplier, renforcé de Titanal et de fibre de verre, procure un toucher de neige exceptionnel et une stabilité de haut niveau.

Le MASQUE associe lignes épurées, matériaux premium et confort visuel d'exception. Doté de deux écrans magnétiques interchangeables, il s'adapte instantanément aux variations de lumière et aux conditions météo.



COLLAB NORDICA

Lacroix signe sa première chaussure de ski avec Nordica, alliant design et technicité alpine. Inspirée de la speedmachine 3 BOA de chez Nordica, elle se distingue par des lignes épurées et des finitions soignées. Sur piste, elle garantit précision, confort et maîtrise, incarnant l'élégance et l'exigence d'une vision contemporaine du ski.



FAMILLE MONARC

Les skis Monarc Rudy, Monarc, Alma et Mona forment une même famille au sein de la gamme piste de Lacroix. Ils reposent sur une base technique commune, avec une construction haut de gamme mêlant noyau bois et titanal, garantissant stabilité, précision et accroche sur neige dure. Les différences entre ces modèles tiennent surtout au design et aux sensations fines, sans modifier l'ADN de performance. Cette famille s'adresse aux skieurs recherchant polyvalence, élégance et plaisir de glisse.



Rudy



Monarc



Alma



Mona



Changement majeur chez Elan pour la saison 2026/2027 : toute la gamme piste est regroupée sous un seul nom : Ace! De l'entrée de gamme aux skis de courses, tous ces skis ont été pensés pour la location et pour le plaisir de skier avec la technologie Active Suspension Drive qu'on retrouve sur toute la gamme. Plus on descend dans la gamme, plus il y a de technologies pour aider le skieur à avoir un ski plus tolérant. Plus d'informations sur <https://sunset-sport.fr>



SPORT ACHAT
HIVER **K42-K43**

ROXA

REZON

La marque italienne basée à Asolo présente un concept révolutionnaire avec une chaussure facile à chauffer et performante sur une toute nouvelle construction inspirée de sa construction à cabrio avec l'architecture Autodrive. Sans tracas pour enfiler et fermer ses chaussures de skis sans même utiliser vos mains sur les chaussures. Trouvez vos réglages micro et macro grâce au câble et au crochet sur la coque inférieure la première fois, et n'y pensez plus ensuite! Il ne vous restera qu'à fermer le levier, et vous êtes prêts à skier! Prix de Vente Conseillé : à partir de 399€.



elan
Always Good Times



Ace SC9+

Ace SC9+ W

ELAN

ACE

Skiez mieux, skiez comme des « Ace » ! Grâce à une technologie inspirée des suspensions actives d'une voiture de course, le ski a plus d'adhérence, de rebond et de puissance. Active Suspension Drive : des couches de Titanales superposées reposent sur un élastomère absorbant les chocs, qui amplifie la transmission d'énergie. Il s'agit d'une connexion intuitive et performante qui donne l'impression que le ski anticipe vos prochains mouvements.

ELAN

RIPSTICK

La gamme Freeride Ripstick s'agrandit avec 2 nouveaux modèles.

RIPSTICK 88 BLACK EDITION :

plus de renforts avec des tubes de carbone, et des fibres de carbonées ; plus de puissance pour le même poids.

RIPSTICK 84 : La gamme Ripstick descend maintenant jusqu'à 84 mm au patin avec un modèle homme et un modèle femme qui seront dérivés à la location avec le Ripstick R4.



Ripstick 88
Black Edition

Ripstick R4W

ELAN

EXPLORE RS HD

Un ski dédié 100% à la location, ultra résistant ! La marque Slovène avait déjà un ski et un top-sheet reconnus pour être toujours en très bon état après plusieurs saisons dans les parcs de location. Il est maintenant disponible sur un ski en construction bois, chants droits et plaque titanale pour un ski stable et confortable. On retrouve un minicap, une structure en 3D et un topsheet épais pour avoir toujours un beau ski.... Même après plus de 200 jours de location !





Depuis plus de vingt ans, Movement incarne l'esprit libre du ski, alliant passion, authenticité et innovation. Fidèles à nos valeurs, nous créons des skis qui reflètent l'énergie des amoureux de la montagne et le savoir-faire de ceux qui les conçoivent. Cette année, nos gammes de ski léger de randonnée sont désormais fabriquées en Suisse, chez First Track dans le Val de Bagnes, tout en poursuivant le reste de notre production avec Kästle en République tchèque. Chaque modèle est pensé pour un seul objectif : offrir la meilleure expérience de ski, sans compromis.

Plus d'informations sur <https://movementskis.com>

Revolution 78 Revolution 78 Woman



REVOLUTION

Conçu pour les skieurs qui aiment la piste, ce ski de station allie un léger rocker en spatule à une flexibilité réactive, offrant des transitions rapides d'un ski à l'autre et un carving sûr et précis. Agile et dynamique, il excelle sur toutes les pistes, des courbes larges aux virages serrés. Cette année, la série REVOLUTION se décline en deux largeurs au patin, pour choisir entre une agilité maximale ou une stabilité renforcée, pour une glisse performante et ludique. Prix de Vente Conseillé : 749€.

Sequence 86



Sequence 98



SEQUENCE

Polyvalente et précise, la série SEQUENCE maîtrise aussi bien les itinéraires de randonnée que les descentes sur piste. Ce ski hybride unisexe allie ingénierie avancée et matériaux naturels pour une exploration moderne de la montagne. Conçu avec de la fibre de lin haut de gamme, il offre un équilibre parfait entre performance, durabilité et respect de l'environnement. Épurée et efficace, la série SEQUENCE redéfinit les standards du ski all-mountain touring. Prix de Vente Conseillé : 699€ (S.86) - 799€ (S.98).

FLY

Créative par nature, la série FLY est conçue pour la liberté sur neige comme dans les airs. Inspirée par le freeski moderne, ses trois modèles unisexes allient des shapes audacieux à des performances techniques. Un double rocker et une géométrie newschool permettent des transitions fluides de la poudreuse au park, tandis que son noyau léger en peuplier offre un flex souple et une maniabilité réactive. Équilibrée et audacieuse, la série FLY bouge sans limites. Prix de Vente Conseillé : 679€ (F. 92) - 749€ (F.102).



ALP TRACKS

La série ALP TRACKS fixe de nouveaux standards en agilité et performance pour le ski de randonnée ultraléger. Conçue pour ceux qui repoussent leurs limites, elle allie une construction avancée en carbone à des matériaux haut de gamme, désormais fabriquée en Suisse. Pensée selon des critères de poids stricts, elle offre une efficacité, une précision et une liberté exceptionnelles à la montée, sans compromettre le contrôle à la descente. Une forme affinée renforce sa polyvalence sur tous les terrains alpins. Prix de Vente Conseillé : 1249€.



Inspirée par une longue tradition de ski hors-piste dans les Tatras, au sud de la Pologne, la marque a choisi dès ses débuts de proposer une alternative à un marché dominé par le ski de piste. Notre objectif : offrir aux aventuriers la liberté d'explorer autrement.

Si MAJESTY a débuté dans le freeski, notre cœur d'activité s'est rapidement élargi au ski de randonnée et au ski de piste, où nous excellons aujourd'hui.

Avec une approche moderne et durable, nous faisons de l'ADN backcountry un véritable moteur pour rendre le ski plus exaltant.

Plus d'informations sur <https://shop.majestyskis.fr/skis>

NEW

HAVOC 100 CTi

Il repousse les limites du ski freeride hybride. Léger, nerveux et ultra-polyvalent, il combine carbone, titanal et une construction moderne pensée pour performer dans toutes les conditions. Avec ses 100 mm au patin, il offre un équilibre idéal entre flottaison en poudreuse, précision sur neige dure et stabilité dans les terrains techniques. Sa géométrie innovante à 4 rayons permet au ski d'adapter naturellement son comportement. Côtes : 130-100-115 (176 cm) - Rayon : 17-19-22-18 m (176 cm) - Poids : 1720 g (176 cm). Prix de Vente Conseillé : 849€.



NEW

Vanguard 98 CTi

Ski technique et performant pensé pour le freeride sans compromis. Il combine carbone et titanal dans une construction moderne pensée pour performer dans toutes les conditions. Doté d'un double rocker, il offre stabilité, puissance et dégagement. Sa géométrie innovante à 4 rayons permet au ski d'adapter naturellement son comportement en fonction du type de neige : ample et fluide dans les grandes courbes, précis et joueur dans les sections serrées. Côtes : 125-98-115 (178 cm) - Rayon : 17-19-21-19 (178 cm). Prix de Vente Conseillé : 799€.



SUPERWOLF CARBON - 91 mm

Le Superwolf est un ski de randonnée en carbone, conçue pour les skieurs exigeants en quête de légèreté, de réactivité et de performance. Idéal pour ceux qui recherchent un équipement fiable, ces skis ultralégers offrent un contrôle optimal grâce à leur construction en carbone biaxial Carbon-Kevlar. Parfaits pour les aventuriers en quête de sensations et d'efficacité en montagne. Côtes : 131-91-111 mm (178 cm) - Rayon : 18 m (178 cm) - Poids : 1350 g (178 cm). Prix de Vente Conseillé : 799€.



HNX Ti - 85 mm

HNX est un ski polyvalent et réactif, conçu pour allier performance et plaisir sur piste. Sa construction 4R offre des virages précis à haute vitesse. Avec un renfort en titane pour absorber les vibrations, un cambre pour une meilleure accroche et un rocker 4R pour une entrée en virage douce, le HNX garantit stabilité, même sur neige dure. Côtes : 125-85-120 (178 cm) - Rayon : 15.5-17-18-16 m (178 cm). Prix de Vente Conseillé : 799€.



SPORT ACHAT
HIVER

NIC-IMPEX K62

NEW

HNXL Ti - 95 mm

HNXL, ce n'est pas juste de la polyvalence, c'est la liberté ! Carve fort. Explore plus loin. Ski all-mountain conçu pour les skieurs qui veulent tout : une précision impeccable et une accroche solide sur piste, tout en offrant flottabilité et stabilité en hors-piste. Parfait équilibre entre énergie, contrôle et adaptabilité. Le HNXL a été pensé pour libérer votre pratique et multiplier les terrains possibles. Côtes : 135-95-130 (175 cm) - Rayon : 15-16-17-15.5 (175 cm). Prix de Vente Conseillé : 799€.



MAJESTY

Deux amis d'enfance, Sébastien Moquin et Jonathan Bourgeois, transforment une signature de skieur - le masque qui laisse le regard clair - en identité : Raccoon Skis.

Fondée en 2010 au Québec, la marque incarne un ski authentique, proche de la nature et de l'aventure.

En 2023, le partenariat avec DIEZZ SPORT ouvre un nouveau chapitre et porte l'esprit québécois jusqu'aux massifs européens.

Plus d'informations sur www.raccoonskis.com



**SPORT ACHAT
HIVER F42**

GRIZZLY

Le tout-terrain qui aime quand ça brasse. Double rocker + cambrure traditionnelle pour flotter en poudreuse et garder de l'appui. Cotes 134-100-123, R 15,5 m (166) / 18 m (182). Noyau 70% peuplier / 30% érable, sandwich, fibre de verre triaxiale, base & topsheet autrichiens, carres ultra rigides Edge 48-C Rockwell. 100% Canada. Prix de Vente Conseillé : 899 €.

CONDOR

Un ski de piste agressif et explosif, fait pour carver fort. Simple rocker + cambrure traditionnelle, sandwich, base & topsheet autrichiens, carres Edge 48-C Rockwell. 171 cm : 136-76-115, R14 m. 157 cm : 134-76-113, R12 m. Noyau érable (taille 150 : 20% composite) et double feuillards titanal sur la version homme. 100% Canada. Prix de Vente Conseillé : 899 €.



PATROUILLE

Rien ne l'arrête, des pistes pentues aux forêts denses. Tip-rocker + cambrure traditionnelle pour un ski stable et polyvalent. Cotes 129-89-104, R16 m (180). Sandwich, noyau peuplier, lamination triaxiale, base & topsheet autrichiens, carres ultra rigides Edge 48-C Rockwell. Pour mordre sur la glace et flotter dans la poudreuse, sans compromis. 100% Canada. Prix de Vente Conseillé : 799 €.



raccoon

Therm-ic est née dans les Alpes à la fin des années 90 pour répondre à un problème majeur : les orteils gelés. Pionnière dans le domaine des équipements de chauffage pour les activités comme le ski, la marque s'est aujourd'hui diversifiée pour proposer des solutions adaptées à toutes les conditions climatiques et toutes les activités.

Plus d'informations sur www.therm-ic.com



Gants fins multiactivités ACTIVE LIGHT NOIR

Les gants Active light sont composés de matières respirantes permettant d'évacuer efficacement la transpiration. Ces gants fins en matières légères et respirantes et au design épuré s'adaptent à toutes les conditions et à toutes les activités. Prix de Vente Conseillé : 24,99€.



SPORT ACHAT
HIVER **L40**



Gants de ski chauffant FREERIDE ULTRA HEAT

Avec trois niveaux de chaleur, ils vous garderont au chaud même dans les conditions les plus difficiles. Leur construction en cuir de chèvre ultra résistant, renforcée par des empiècements en cuir Pittards® Amor-tan et des coutures en Kevlar, garantit une durabilité et une résistance à l'abrasion maximales.

Prix de Vente Conseillé : 299,95€.



Pack chaussettes chauffantes ULTRA WARM PERFORMANCE S.E.T® + S-PACK 1400B

Spécialement conçues pour les skieurs experts évoluant dans des conditions extrêmes. Leur construction fine et notre nouvelle technologie Smart.Elastic.® garantissent un ajustement optimal dans les chaussures. La ligne chauffante discrète diffuse une chaleur subtile autour des orteils. Technologies de tricotage thermorégulantes à la laine mérinos pour une isolation et une respirabilité parfaites. Fibres polyamide pour un bon maintien de la chaussette. Structures thermo-isolantes et systèmes respirants stratégiquement positionnés. Technologie Moiture-Vent qui absorbe l'humidité de la peau. Prix de Vente Conseillé : 299,99€.



Snowboard 2026-27

SPORTéco



De nouveaux acteurs sur la planche

Les fixations drivent les ventes

Des produits **plus accessibles**

 **JONES**

L'industrie du snowboard surfe entre innovation et retour aux sources

En quête de simplicité

Le marché du snowboard doit composer avec des pratiques qui évoluent et des segments aux dynamiques bien différentes. Si les fixations et les bottes continuent de pousser fortement la croissance grâce à des innovations régulières, les gammes de planches doivent retrouver une structure plus naturelle. Tour d'horizon des tendances et des actualités des marques pour l'hiver 2026-27. Par Guillaume Guémas

S'il y a bien un point qui met d'accord tous les acteurs du snowboard interrogés, c'est la nécessité de simplification et de rationalisation des gammes. Et si le phénomène est global, il est d'autant plus vrai pour le segment des planches, qui ont eu tendance à se spécialiser dans des programmes trop restreints et spécifiques ces dernières années. « L'air du temps est à la polyvalence et à l'accessibilité. Le gros de la clientèle cherche une board à tout faire, qui peut s'adapter à toutes les conditions et qui permet de s'amuser rapidement, sans trop de contraintes », témoigne Arnaud Repa, responsable snowboard chez Rossignol. Une re-segmentation qui doit aussi redéfinir les gammes masculines et féminines. « On voit de plus en plus de filles qui utilisent des planches plus larges, plus longues, parfois des modèles masculins », ajoute Arnaud Repa. Si tout le monde est d'accord pour souligner la progression du marché féminin, certaines marques optent pour la stratégie unisexe : une planche polyvalente et pour tout le monde. Tandis que d'autres acteurs comptent toujours sur une gamme féminine dédiée, sans pour autant se résumer à une simple variation cosmétique.

modèles très spécifiques, tandis que pour les fixations à entrée arrière ou une botte avec un double BOA, le prix n'est pas vraiment un sujet. La qualité et l'importance de ces innovations sont justifiées pour le consommateur », analyse Clément Melchior, responsable snowboard chez Au Vieux Campeur.

Une renaissance de la culture snowpark ?

Entre retour d'un engouement inattendu autour de la pure pratique freestyle et des incertitudes sur la consistance des conditions d'enneigement dans les années à venir, le snowpark a repris une part centrale dans la réflexion des acteurs, fabricants comme stations. Les

suelle. « Il y a un retour confirmé du freestyle chez les jeunes, surtout en park, un aspect sur lequel la France a toujours eu un certain retard au niveau des infrastructures. Il faut aussi voir un lien avec des conditions hors-piste plus incertaines et surtout plus rapidement dégradées, des stations très fréquentées, donc une nécessité de rentabiliser sa journée. Les planches de freestyle sont plus joueuses, même en neige de moins bonne qualité et permettent de tirer le meilleur d'un jour moyen sur le papier », estime Romain Delon, CEO de Grendoor, qui distribue Nitro depuis 30 ans. Franck Rossignol, agent de Burton depuis 20 ans, voit une véritable renaissance de la culture freestyle, qui commence même à lui rappeler

la mode était aux espaces ludiques familiaux, la discussion avec les stations se porte de nouveau sur la création de structures freestyle de qualité ».

Le splitboard remonte la pente

Si le marché du splitboard reste une niche, les principaux fabricants observent une reprise de la demande suite au long plateau qui a suivi la crise du Covid et les sur-stocks engendrés. « C'est une bonne surprise, mais c'est finale-



Il y a un retour confirmé du freestyle chez les jeunes, surtout en park. Un aspect sur lequel la France a toujours eu un certain retard au niveau des infrastructures.

Si les planches sont plus en difficulté, c'est que les innovations sont aussi moins pléthoriques, là où les fixations automatiques progressent d'année en année et où la technologie de serrage rapide s'invite sur de plus en plus de modèles de bottes. BOA, Supermatic, Step-On ou FASE : autant de marques ingrédients fortes qui permettent de soutenir les ventes. « C'est désormais difficile de vendre une planche au-delà de 650-700 euros, hors

produits dédiés peuvent donc espérer une belle performance lors des prochaines saisons, les prix des planches freestyle étant d'ailleurs naturellement mieux placés que les modèles freeride/ carving. Le segment est d'autre part toujours porté par des pro-modèles réguliers, une dimension qui peut compter en cette année olympique, où les disciplines de snowboard freestyle vont également bénéficier d'une belle vitrine télé-

ler la décennie 1990. « Il faut cibler les plus jeunes, qui se réapproprient actuellement les codes, qui reformulent des communautés locales. Il faut aussi comprendre leur façon de pratiquer les sports de montagne, qui est aujourd'hui caractérisée par le multi-sport, la curiosité et la polyvalence ». Une tendance également validée par Ludovic Bart, gérant de la société Wise Ride qui a conçu et intervient sur plusieurs snowparks alpins. « Après des années où

ment cohérent avec le cycle du produit : un néo-pratiquant qui a acheté son premier splitboard en 2020, arrive 5 ou 6 ans plus tard avec une envie de renouveler son matériel, de chercher un modèle plus avancé, plus technique », explique Florent Lemaire, agent pour Amplid. Une hypothèse qui semble se confirmer en magasin, avec une clientèle principalement intéressée par les modèles plus haut de gamme. « Pour l'hiver prochain, nous réduisons notre offre de splitboard », tempère Thomas Soucheyre, chez K2. « Toutefois, c'est une décision globale liée à l'état du marché nord-américain. Il est vrai qu'en Europe et en France, la pratique se stabilise et que les ventes rebondissent en ce début de saison », conclut-il. (gg) •

Trois questions à Clément Melchior, responsable snowboard Au Vieux Campeur

Une clientèle enthousiaste

Acheteur snowboard chez Au Vieux Campeur, Clément Melchior se réjouit des avancées techniques du marché de la fixation automatique. Spécialiste du marché depuis des années, il observe toutefois une baisse du panier moyen sur les planches.



Comment analysez-vous le marché de la fixation ?

On voit assez clairement que les fixations automatiques poussent globalement la croissance du marché, avec pour nous, une demande importante sur le système Step-On de Burton. Cela concerne aussi bien les néo-pratiquants que les snowboarders qui avaient laissé la planche pendant

une dizaine d'années et qui y reviennent. On observe aussi que la question du prix ne se pose pas forcément. Les avantages indiscutables des systèmes automatiques sont bien rentrés en tête des consommateurs, la plupart des choix en magasins se portent assez naturellement sur le milieu de gamme. La technologie Supermatic est un peu plus en retrait chez nous, mais s'adresse aussi à une clientèle plus spécifique, sportive et demandeuse de précision et rigidité. Ce sont aussi souvent des utilisateurs historiques du système Flow qui veulent passer sur une fixation 100% automatique. Le segment des fixations Fase est de ce point de vue extrêmement intéressant, car il permet une grande polyvalence d'utilisation, notamment avec des planches plus souples et tout-terrain. C'est une fixation qui va forcément encore progresser parce qu'elle va toucher plus de monde. Enfin, pour parler des 2-straps, le marché se rétrécit logiquement, mais il faut noter l'effort d'Union pour proposer des références

très bien placées et qualitatives. C'est la seule marque sur laquelle nous avons maintenu nos volumes d'achat dans cette catégorie.

Pour les planches, le prix est-il davantage un facteur de décision ?

Oui, absolument ! Si les fixations et les boots peuvent encore justifier un certain budget, il est beaucoup plus difficile de vendre des planches au-delà de 650 euros. Même si le Vieux Campeur a une clientèle historiquement plutôt premium, la tendance globale est d'acheter moins de planches, de renouveler son quiver moins régulièrement. Il faut aussi dire qu'aujourd'hui, des plateaux à 450 euros peuvent être très performants, l'industrie du snowboard, au contraire de celle du ski, fait plus volontiers descendre des technologies haut de gamme sur des produits plus accessibles. Pour la clientèle freeride/carving, souvent plus mature, on peut jouer avec des budgets un peu supérieurs, jusqu'à 700 euros, mais il me paraît très difficile de vendre une

planche de pur freestyle pour plus de 550 euros. La réalité, c'est aussi que certains modèles en version « Pro », pour justifier une hausse de prix, ne sont au final qu'une planche rigidifiée, sans modification du shape.

Quelles sont les autres tendances à noter en magasin ?

On peut parler d'une belle reprise du segment splitboard, après la période de disette post-Covid. Historiquement le Vieux Campeur est bien identifié sur ce marché, nous vendions des splits bien avant 2020 ! Mais il y a un engouement qui semble se confirmer cet hiver, depuis novembre je vois des clients qui viennent s'équiper avec plus de sérieux et sur des marques reconnues pour leur qualité dans ce domaine, comme Jones ou Amplid. Concernant les bottes de randonnée, K2 et Nitro proposent des produits très pertinents également. Côté fréquentation, le tout début de saison a manqué de dynamisme, mais depuis les premières chutes de neige en montagne, on a une clientèle curieuse et enthousiaste pour s'équiper. Nous avons aussi de bons chiffres dans nos magasins de province. (gg) •

L'analyse de Wise Ride, concepteur d'espaces ludiques

Le snowpark revient dans la discussion

Ludovic Bart, gérant de l'entreprise Wise Ride fondée en 2006 et spécialisée dans la conception de structures ludiques en station, note un regain d'intérêt pour de véritables installations freestyle.

« La France a toujours été en retard sur les snowparks, c'est un constat objectif et historique. Nous avons peut-être l'habitude de camper un peu trop sur nos acquis. Il est aussi vrai qu'entre 2010 et 2020, la tendance générale des stations a été de cibler un public plus familial et touristique, d'où la multiplication des espaces ludiques débutants

ou conçus pour les enfants, au détriment, souvent, du freestyle. Certaines stations ont tout de même voulu accompagner la progression rapide des pratiquants les plus experts avec des structures halfpipes par exemple. Mais la réalité de leur clientèle les a vite rattrapés, ces installations étaient trop chères et réservées à

une élite. Cependant, depuis deux ou trois ans, on observe une prise de conscience de la nécessité d'avoir un snowpark qui tienne la route, surtout chez les stations de premier plan.

Récréer des minipipes

Il redevient en tout cas plus facile d'aborder le sujet d'une vraie infrastructure freestyle avec nos interlocuteurs. L'engouement de la nouvelle génération pour la discipline relance la réflexion chez

les décideurs, qui eux aussi, ont changé : beaucoup de postes de chefs de pistes ont été renouvelés par exemple, avec des profils parfois naturellement portés sur le freestyle. Aujourd'hui, on parle même de récréer des minipipes, pour accompagner l'initiation et la progression, mais dans une optique tout de même sérieuse vis-à-vis de la pratique. Il y a un juste milieu à retrouver entre infrastructures élitistes et espaces ludiques purement familiaux ». (gg)



Kenneth Wilson | © Andrew Miller



JONES MERCURY FASE®

La fixation freeride tout-terrain de nouvelle génération.

Approuvée par Jeremy Jones et Victor De Le Rue, elle intègre le système FASE® Fast Entry pour un chaussage ultra-rapide. Compatible avec toutes les boots, elle offre une réactivité précise et des performances optimales dans toutes les conditions.



LES BREVES

Forum

Fourm, marque de freestyle iconique des années 1990, qui a été relancée en 2022 par ses fondateurs historiques, est de nouveau distribuée en France, par Wilfried Richard. « C'est assez impressionnant de voir l'attachement profond que suscite cette marque, même après 10 ans d'absence. Un certain nombre de détaillants sont hyper motivés à l'idée de retravailler avec Forum », précise l'agent. La gamme reste stable, en jouant justement avec les modèles historiques, qui ont fait son succès. La saison prochaine, seul un nouveau pro-model Devun Walsh est à l'ordre du jour. « L'idée est de monter en puissance progressivement, en ciblant surtout des revendeurs passionnés et spécialistes. La stratégie est aussi de protéger nos partenaires sur cette marque, en restant en veille vis-à-vis d'éventuelles promotions ou remises sur le web », précise Wilfried Richard. Fabriquées par l'usine Capita en Autriche pour son retour sur le marché, les boards Forum sont désormais produites par Playmaker à Taïwan.

Never Summer

La marque Never Summer poursuit son développement sur l'Hexagone, sous la coupe de Wilfried Richard depuis janvier 2024. « C'est un nom important dans l'industrie, avec un gros rayonnement à l'international, mais qui n'avait pas encore véritablement mis un pied en France. Le positionnement est très premium, avec des cambres assez spéciaux, une très grosse accroche et une bonne durabilité. L'implantation prend plutôt bien pour l'instant, avec déjà une quinzaine de détaillants qui nous ont suivis ». Peu de changements sont prévus à l'horizon de l'hiver prochain, hormis un cambre modifié sur le best-seller Proto Type et une nouvelle planche all mountain, la « Cascade ».

Doubledeck veut rebattre les cartes

Révolutionner le marché

La marque allemande Doubledeck, qui veut proposer une vraie alternative et changer l'apprentissage du snowboard, structure une offre complète et validée par la légende Terje Haakonsen.

Le projet Doubledeck a été lancé en 2022 par Andreas Kramer, entrepreneur reconnu dans le monde du skateboard et du snowboard depuis près de 30 ans, notamment avec la conception de snowskates pour plusieurs marques de premier plan. « L'ambition de DoubleDeck est réellement de changer le paradigme du snowboard, de l'apprentissage à la performance. Nous voulons remettre les gens sur la planche, qu'ils soient novices ou bien qu'ils n'aient plus envie de se fatiguer sur de la neige dure », commence William Renan, agent général pour la marque en France depuis janvier 2025 et son arrivée en magasins. Au cœur de l'innovation, présentée il y a deux ans, un plateau secondaire placé au-dessus du plateau principal, permet de faciliter la flexion et la prise de carres. « L'idée est de réduire drastiquement les fautes de carre, les appuis sont beaucoup plus progressifs et l'allègement se fait bien plus facilement. En fait, la planche sur-pivote naturellement : pour les débutants, l'apprentissage du virage est bien plus fluide ; pour les riders plus expérimentés, on peut aller plus loin dans le carving, faire des choses plus radicales », s'enthousiasme William Renan, ancien

entraîneur de l'équipe de France paralympique. Du côté de la distribution, Doubledeck mise d'abord sur une offre de location packagée, pour faire découvrir le produit et faciliter l'expérience des magasins.

Une board de freeride

« Les magasins peuvent nous louer la planche pour 1, 3 ou 5 mois ; en fin de saison nous nous chargeons du retour des planches dans l'usine en Autriche où nous refaisons les topsheets avant de les renvoyer. La première campagne de vente a été plutôt positive, on sent les revendeurs généralistes particulièrement réceptifs au concept et à l'opportunité de redorer l'image du snowboard et de son apprentissage. Pour autant, je ne mets pas de côté les magasins plus spécialisés, tant qu'ils croient comme nous au potentiel énorme de ce produit. Je recrute d'ailleurs activement des agents pour faire connaître Doubledeck sur les territoires de montagne », précise William Renan. Pour la marque, l'objectif est double : démontrer aux moniteurs et structures d'enseignement la pertinence d'une planche Doubledeck pour les débutants, et convaincre les pratiquants confir-



Terje Haakonsen apporte son soutien au projet Doubledeck.

més de revenir au snowboard avec une glisse plus confortable et plus tolérante. Le fabricant propose pour l'instant trois modèles : Rocking D (freestyle), Turning D (polyvalente et tolérante), et Carving D (piste, plus rigide) pour des prix allant de 799 à 959 euros. Pour l'hiver prochain, si la gamme reste globalement stable, on note l'apparition de la board de freeride « Freeing D », qui sera dotée d'un plateau supérieur réglable, pouvant se décaler vers l'arrière pour aider à déjauger en poudreuse. Aussi, un pro-model Terje Haakonsen verra d'ores et déjà le jour, signe de l'implication du norvégien dans le développement de ce nouvel acteur ambitieux. (gg) •



Le stand Doubledeck lors du dernier Ispo Munich.

HORIZON

Series

FULL SPECTRUM FREERIDE



LUKE "GOOP" LUND
RIDING THE JETSTREAM
CHAMONIX, FR
PHOTO: MIKE NAUMAN



SALOMON

Sportpulsion (Nidecker, Jones, Northwave) capitalise sur une offre complète

Des vecteurs de croissance

Le distributeur Sportpulsion, acteur incontournable du snowboard en France, entretient toujours une offre exhaustive et innovante sur le marché des fixations et des boots, fort de son partenariat avec le groupe Nidecker.



“ Pour l'hiver prochain, toutes les marques se mettent à jour sur les produits phares. On note qu'il est important de rester sur de bons niveaux de technologie, surtout dans le groupe Nidecker et ses marques ingrédients », témoigne Clément Charée, responsable marketing du pôle glisse chez Sportpulsion. « Chez Nidecker, ce

de gamme, la Orbit Pro. Quelques petits changements arrivent également sur la gamme de boots avec notamment une nouvelle paire sur le segment haut de gamme free-ride : la Index Apx, équipée d'une guêtre, pensée pour les sorties exigeantes en montagne.

Jones passe au vert

La marque américaine Jones veut continuer d'appuyer sur son image d'innovation et d'éco-responsabilité. « C'est la seule marque du marché labellisée Fair Trade », souligne Sportpulsion. Au rayon des nou-

après le moment de flottement post-covid. Il faut creuser cette tendance et essayer de renouveler l'expérience rando », estime Clément Charée. D'autres boards iconiques (Tweaker, Mind Expander) voient leurs shapes revus dans une version 2.0.

Northwave en mode Slam

« Toute la gamme Northwave est renouvelée, même s'il n'y a pas de nouveautés à proprement parler. Le système Speedlace, qui est le cœur de métier de Northwave, continue d'être amélioré tandis que le système Spin est remplacé par la nouvelle technologie maison appelée Slam », détaille Clément Charée. « Le marché est toujours demandeur de modèles Speedlace, c'est donc important de miser sur Northwave dans un complément d'offre à Jones et Nidecker, qui privilégient, eux, la technologie BOA ». Pour s'affranchir d'une collaboration avec la marque ingrédient et garder un positionnement prix d'entrée de gamme, Northwave présente dès l'hiver prochain son nouveau serrage automatique développé en interne : « le Slam est un peu comme un Boa inversé, il faut tourner pour desserrer et tirer sur la molette pour serrer ». (gg) •

“ Le marché est toujours demandeur de modèles Speedlace, c'est donc important de miser sur Northwave dans un complément d'offre à Jones et Nidecker, qui privilégient le BOA. ”

sont toujours les boots et les fixations qui poussent la croissance », confirme-t-il. La catégorie est portée par les fixations Supermatic bien sûr, mais aussi par la gamme Flow, qui permet un entre-deux apprécié de beaucoup de riders ». Toutefois, à la demande de certains inconditionnels de la 2-strap classique, l'hiver prochain signera le retour d'une fixation traditionnelle haut

veautés, la technologie FASE se déploie plus largement sur les fixations : la Zenith (haut de gamme) et la Nebula (milieu de gamme) viendront entourer la Mercury FASE déjà existante ; sans oublier un éventail de coloris bien plus large. Du côté des planches, le splitboard reprend du poil de la bête avec un nouveau modèle, le Howler Split. « On sent une reprise de la pratique,

Des nouveautés à tous les étages chez Thirty-Two

De la fixation à la planche

La marque française Thirty-Two, rachetée par le groupe Nidecker il y a trois ans, est sur une belle dynamique. « Les chiffres de la première campagne de vente pour nous sont très enthousiasmants. On pense que Thirty-Two est véritablement vouée à monter en puissance dans les prochaines années, c'est le moment de miser dessus et d'y croire », commence Clément Charée, responsable marketing du pôle glisse chez Sportpulsion. Lancée sur le marché de la fixation cette année avec la T32M, la marque prévoit déjà d'agrandir sa gamme dès la saison prochaine, en

conservant un fil conducteur : celui de la technologie FASE, système 2-straps à chaussage/déchaussage amélioré, développé par le groupe Nidecker. « La Team XLT, en carbone, se positionnera sur le haut de gamme tandis qu'avec la Base 1, l'objectif est de proposer la fixation FASE la moins chère du marché, pour un rapport qualité/prix très intéressant », précise Clément Charée. Du côté des boots, secteur historique de Thirty-Two, l'ensemble de la gamme subira un lifting avec des designs renouvelés, pensés pour fonctionner de façon optimale avec les fixations

FASE. Certains points de pression sont également corrigés. Enfin, et c'est la grande nouveauté de l'hiver 2026-27, la marque lance sa première ligne de boards. Divisée en 4 gammes, l'ADN freestyle de Thirty-Two est au cœur de la conception de cette nouvelle famille de produits, fabriquée dans l'usine SWS de Dubaï. La gamme Destroy comporte 6 planches purement destinées au snowpark tandis que les gammes Shred et Slash comptent 9 plateaux, plutôt orientés twin directionnels pour une pratique all mountain et freestyle backcountry. Enfin, la série Cryochamber, labo-

ratoire de la marque, proposera des shapes très typés et originaux comme la 3pill. « On peut la décrire comme une planche de skate de snow, très très courte, un style qui se développe beaucoup en ce moment dans le Colorado. C'est une niche qui n'existe pas en Europe, mais c'est important d'innover et de casser les codes », estime Clément Charée. Pour gagner rapidement en notoriété, Thirty-Two multiplie également les collaborations avec Volcom, pour proposer plusieurs modèles de boots, fixations et boards aux effigies des deux marques. (gg)

DOUBLEDECK®
snowboards

Teste l'avenir du ride!

**Teste nos toutes
nouvelles planches
au WinterPro 2026!**

11-12-13 Janvier 2026
Tignes, France



Plus d'informations
www.doubledecksnowboards.com



**Développé avec
Terje Haakonsen.**

Burton célèbre ses 50 ans

De plus en plus accessible

La marque Burton, née aux États-Unis en 1977, fêtera l'hiver prochain cinq décennies d'innovation. L'occasion de dévoiler des capsules limitées, mais aussi de retravailler sa segmentation.

« Je suis très optimiste pour le marché snowboard à l'heure actuelle. C'est une discipline qui a toujours fonctionné par cycle de tendances, et au vu du dynamisme du freestyle en stations, des communautés de jeunes locaux qui se reforment, j'ai un peu l'impression d'être de retour à l'âge d'or des années 1990 », se réjouit Franck Rossignol, fondateur de l'agence Snowball, qui a l'exclusivité de la marque en France depuis près de 20 ans. Dans ce contexte, Burton veut redonner envie de pratiquer aux jeunes dans leur ensemble avec des produits plus accessibles. « Les bottes et fixations Step-On sont toujours un élément central de notre stratégie, une catégorie sur laquelle on mise énormément. Pour autant, on veut aussi démocratiser ce qui est, au final, une innovation qui permet d'attirer de nouveaux pratiquants. Globalement, la volonté est de prendre en compte concrètement les effets de l'inflation, en faisant ruisseler nos technologies haut de gamme sur des produits

beaucoup plus accessibles », précise Franck Rossignol. « Un léger repositionnement qui passe aussi par une collaboration renforcée avec les magasins, notamment en station ». La marque officialise donc pour l'hiver prochain l'arrivée d'un pack Step-On débutant (bottes et fixations purement destinées à l'apprentissage) pour 500 euros. Du côté des planches, les familles iconiques sont toujours présentes, dans une offre néanmoins rationalisée pour plus de clarté et de lisibilité. Parmi les nouveautés, la Good Company occupera ce fameux positionnement freestyle polyvalent, autour de 400 euros, que veut cibler la marque. Enfin, et pour fêter dignement cette date anniversaire, Burton dévoilera cinq capsules exclusives et limitées entre nostalgie et innovation. Des shapes et décors iconiques seront de retour pour les amoureux du old school sans oublier de regarder vers l'avenir et les dix prochaines années. (gg) •

K2 joue la stabilité

« Nos gammes sont globalement reconduites pour la saison prochaine, avec quelques améliorations et produits retravaillés. Par exemple notre modèle de fixation à entrée arrière Cinch (technologie propre à K2) voit plusieurs de ses éléments revus, mais reste un produit accessible, à 275 euros, une entrée de gamme importante dans le marché de la fixation automatique », déclare Thomas Soucheyre, commercial pour K2 en France. Du côté des planches, le modèle de freeride Alchemist est renouvelé dans sa construction, avec un flex souple afin de le rendre plus joueur, polyvalent et accessible à un plus grand nombre de personnes. Dans la gamme junior, la Passport amènera un premier shape directionnel à destination des plus

jeunes. « Au niveau des bottes, qui restent notre marché le plus important, il faut noter l'arrivée du nouveau modèle Theory (380 euros), qui sera doté du système Wrap en partie basse, une technologie développée en exclusivité entre le groupe Elevate et BOA », conclut Thomas Soucheyre. (gg)



Armada se met au snowboard

Une idée de longue date

Armada, marque de skis du groupe Amer Sports, dévoile une gamme de snowboards pour la saison 2026-27.

« Si le projet d'une ligne de snowboards chez Armada était sous-jacent depuis plusieurs années, les choses n'ont pas été faites à la légère : il y a une véritable équipe indépendante, d'une dizaine de personnes, entièrement dédiée à la conception de ces nouveaux produits snow. L'idée est aussi de proposer de vraies nouveautés avec des shapes et des moules propres à Armada », explique Sébastien Boyoud, co-dirigeant de l'agence SLAB, qui va distribuer les planches de la marque. La gamme est struc-

turée sur 3 programmes : freestyle, all mountain et freeride comptant chacun 3 boards, qu'il sera déjà possible de tester sur le salon Winter Pro de Tignes. « Dans un premier temps, nous allons travailler sur une distribution assez sélective, la marque veut prendre le temps de construire une gamme cohérente et originale. Les partenaires de longue date d'Armada sur la catégorie ski seront privilégiés afin de plonger pleinement le consommateur dans l'univers de la marque », précise Sébastien Boyoud. (gg) •

Flux poursuit sa progression en France

La marque Flux, n°1 au Japon, mais encore trop peu connue en Europe, est présente chez 35 revendeurs dans l'Hexagone. « C'est une marque qui laisse le produit parler pour elle, les fixations sont de très bonne qualité avec beaucoup d'innovations et de performance pour les pratiquants exigeants. Historiquement, c'est le tout premier fabricant à avoir reçu la licence Step-On de la part de Burton et Flux continue de se différencier sur ce segment en proposant des fixations automa-

tiques plus haut de gamme avec notamment un padding ferme et dynamique, pour davantage de précision », explique Florent Lemaire (agence Mine), qui en assure la distribution. Une nouveauté la saison prochaine : la gamme de bottes signées Flux arrive enfin en Europe. Commercialisées déjà depuis près de 10 ans dans le reste du monde, c'est une catégorie mature pour la marque, qui compte capitaliser sur son ancrage dans les shops spécialisés. (gg)

clover
protection



Union développe ses bottes et ses fixations

Diversification

Le leader du marché de la fixation, qui a proposé pour la première fois cette année une collection de boots, va continuer d'appuyer ses nouvelles catégories de produits.



« Nous sommes satisfaits de cette première campagne de vente, même avec un prix plutôt élevé pour le segment, nous avons déjà un bon nombre de demandes en réassort », se réjouit Charles Legay, responsable de l'activité snowboard chez V7 distribution. La collection sera complétée l'hiver prochain par deux autres modèles qui viendront se placer un peu en dessous de la Reset Pro, une paire haut de gamme assumée qui se voit d'ailleurs augmentée d'une semelle Vibram.

Un créneau abordable

Du côté des fixations, c'est également l'heure du bilan de la première saison avec un modèle Step-On au catalogue : « on a bien vu l'effet Step-On, les précommandes ont largement dépassé nos attentes et la demande réassort est très forte ». Là aussi, la gamme se décline l'an prochain, le modèle Atlas avec lequel Union s'est lancé sur le marché de la fixation automatique se dote

d'une version féminine, l'Astra, avec différents coloris et tailles. Un modèle Astra Pro est également à l'ordre du jour, afin de monter en gamme. « Il faut tout de même souligner que le très bon score de la catégorie Step-On pour cette première année n'a pas cannibalisé notre offre de fixations 2-straps, sur laquelle Union possède une très bonne de marché, notamment en entrée et moyenne gamme ». Dans ce domaine, 2 nouvelles références arrivent en 2026/2027 : la « Neo », une fixation all mountain haut de gamme, sur laquelle toutes les pièces ont été retravaillées à partir d'une page blanche et qui veut proposer un bon amorti. La « Contact » vient de son côté combler un manque : proposer un modèle de freestyle de milieu de gamme pour moins de 250 euros (229 euros prix conseillé). « Les prix ayant globalement augmenté dernièrement, il était important de revenir sur un créneau abordable, qui a longtemps fait le succès d'Union », conclut Charles Legay. (gg) •

Nitro campe sur ses positions historiques

Privilégier les revendeurs

Greendoor, distributeur de Nitro depuis près de 30 ans, assume ses choix pour pérenniser la légitimité de la marque.

« Historiquement, nous avons toujours travaillé une relation très forte avec le réseau de revendeurs, convaincus que le snowboard est une activité qui nécessite conseils et expertise technique pour choisir le bon matériel », explique Romain Delon, arrivé à la tête de Greendoor cet été. « Pour capitaliser sur notre image de spécialiste sur le marché du snowboard, tant pour Greendoor que pour Nitro, il est primordial de continuer d'être présents sur tous les segments de marché, même ceux qui deviennent parfois moins rentables. Bien que nous identifions des tendances claires, l'ADN de Nitro est de proposer aussi bien

des modèles de freestyle pur que des splitboards performants ». Du côté des fixations, Nitro, qui a fait le choix d'investir dans la technologie Step-On, voit dans ce nouveau marché un vrai moteur de croissance. « J'y vois un élément déterminant avec les journées en stations de plus en plus denses, avec de longues attentes, de pouvoir chausser et déchausser plus facilement. Le choix de collaborer avec Burton sur le Step-On est un pari, car je vois mal les différentes technologies actuelles continuer à coexister sur le long terme. L'une d'entre elles va forcément prendre le pas sur les autres », estime Romain Delon. (gg) •

Sébastien Boyoud, agence Slab

« Le marché est dynamique »

« Salomon reste une marque évidemment très forte en France, qui va mettre l'accent sur le freeride la saison prochaine avec la nouvelle famille de produits Horizon. La botte est un segment puissant, notamment pour les modèles en double BOA, de plus en plus prisés. C'est d'ailleurs lame de fond sur le marché, les avantages de la technologie BOA en termes de précision, confort et rapidité d'utilisation justifient plus que jamais le prix. Du point de vue cosmétique, les boots Salomon vont s'inspirer de plus en plus de la division sportstyle de Salomon, très tendance en ce moment. Enfin, la Malamute fera partie des focus commerciaux pour soutenir le développement de la catégorie freeride et de la gamme

Horizon. Côté fixations, je vois trois grands types de demande consommateur : le tout-automatique qui prend son envol (Salomon possède la licence Nidecker Supermatic), le 2-straps classique qui compte encore beaucoup d'inconditionnels, et entre les deux, une belle marge de manœuvre pour la technologie FASE. C'est notamment le créneau qui est travaillé actuellement chez Rome et Bataleon, avec une grosse poussée des fixations FASE, tout en gardant un ADN plutôt haut de gamme : une embase aluminium pour plus de précision et de rigidité. C'est une formule qui reçoit des retours positifs en tests grand public et il y aura encore davantage de modèles équipés du FASE l'hiver prochain sur ces deux marques ». (gg) •



Rossignol veut cocher toutes les cases

Pour un maximum de profils

Rossignol annonce la sortie de la Wuji, une planche accessible, pensée pour tous les jours et toutes les conditions. La marque entend s'adapter aux nouvelles réalités économiques, climatiques et sociales. Les explications d'Arnaud Repa, en charge du snowboard chez Rossignol.

“ Le marché européen doit s'adapter à la nouvelle réalité de nos hivers : des chutes de neige plus timides et des conditions changeantes, souvent au cours de la même journée. Nous estimons que la tendance est davantage au « one board quiver » et à la polyvalence », analyse Arnaud Repa, en charge du snowboard chez Rossignol. « Nous nous dirigeons globalement vers des collections plus naturelles, avec moins de références, mais des produits mieux ciblés et plus rassembleurs ».

La Wuji sera donc cette planche, conçue pour un public large, devant fonctionner sur tous les terrains. Un shape twin, et une identité plutôt freestyle au départ, rendu directionnel pour les bords de pistes et le hors-piste occasionnel, avec un

cambre plat pour un maximum de maniabilité.

Disponible en 10 tailles et déclinaisons wide, non-genrée, l'ambition commerciale de ce plateau est affichée. « Nous positionnons cette planche à 450 euros, avec pour cœur de cible une clientèle intermédiaire, à la recherche d'une board pour tout faire, tous les jours », précise Arnaud Repa.

Works

Une volonté qui passe aussi par l'utilisation de technologies jusqu'ici réservées aux modèles haut de gamme, sur des planches plus abordables : « la Wuji sera équipée d'une semelle tranchée et de notre innovation RadCut, qui permet d'avoir deux rayons de courbe différents sous les pieds,

selon la vitesse ». La marque annonce également la sortie d'une nouvelle fixation baptisée « Works », dédiée aux débutants et intermédiaires, pour 160 euros. Avec beaucoup de confort et sans EVA ni colle (trop difficiles à recycler), elle se présente comme le complément naturel de la Wuji. Du côté des capsules, Rossignol reconduit sa ligne « Super Projet » qui joue la carte des décors old school sur une collection transversale avec le ski et le vélo. L'hiver prochain, la version « Super Revenant » s'inspirera du design des skis Bandit des années 1990. Une stratégie marketing qui se développera aussi sur la planche signature de Marion Haerty (Diva), avec la Diva Savage, une capsule limitée, dotée d'une ligne textile dédiée. (gg) •



“ Nous nous dirigeons globalement vers des collections plus naturelles, avec moins de références, mais des produits mieux ciblés et plus rassembleurs. ”

Ride annonce l'arrêt de son offre de location

Focus sur le haut de gamme

Ride, marque américaine dans le giron du groupe Elevate, continue de proposer des produits pointus, fidèle à son héritage de spécialiste du snowboard. La marque annonce l'arrêt de son offre de location afin de se concentrer pleinement sur la vente.



“ Nous continuons de pousser au maximum nos fixations en aluminium qui ont fait notre réputation. Pour l'an prochain, nous dévoilons une nouvelle fixation haut de gamme, précise et performante pensée pour le all mountain : la Circuit. L'embase est bien sûr 100 % en aluminium et notre nouveau pad procure un bel amorti. Une déclinaison de ce modèle avec un spoiler en carbone est aussi à l'ordre du jour », commence Lucas Poulet, responsable commercial et marketing chez Ride. Concernant la gamme de boots, l'heure est à la refonte globale. Beaucoup de modèles sont retravaillés et équipés de nouvelles

technologies. « Notre best-seller In Sano (Cadence en version féminine) est entièrement revu avec notamment l'ajout de notre « Closer Wrap », qui permet, grâce au serrage BOA, de mieux appuyer la voûte plantaire contre la planche. La Lasso Pro (Era Pro pour les femmes) bénéficie aussi de plusieurs changements : ajout d'une guêtre et matériaux plus résistants pour davantage de durabilité », détaille Lucas Poulet.

Un pro-model Blake Paul

Enfin, deux nouvelles planches arrivent au catalogue de l'hiver 2026-27 et feront l'objet d'un focus commercial. En premier lieu, la Vantum, une planche à l'inspiration volume shift (plus courte et plus large), mais moins radicale, afin d'en faire une planche hyper polyvalente par excellence. « Nous nous sommes rendu compte que

le volume shift apportait beaucoup d'avantages, mais était trop peu versatile. Avec ce « mid volume shift », on garde les avantages de ce shape en y intégrant une meilleure maniabilité et un passage carre à carre plus fluide », explique Lucas Poulet. L'autre grande nouveauté sera le pro-model Blake Paul, une planche de freestyle backcountry très performante et haut de gamme. « C'est une board qui a passé un certain temps en développement, nous sommes très contents du résultat et avons de grandes ambitions pour cette « Current ». D'ailleurs nous sortons de notre catalogue la Beast Seeker ainsi que la Mountain Pig pour faire de la place à ce nouveau modèle ». Ride ajuste également sa stratégie de distribution et annonce l'arrêt de son offre de location à l'hiver prochain, afin de se concentrer pleinement sur la vente. (gg) •

Arbor se montre plus agressif

Une baisse des prix

La marque américaine Arbor met à jour ses modèles tout en baissant globalement ses prix de vente.

Arbor joue la carte d'une gamme stable, mais plus restreinte qu'il y a trois ans, pour plus de clarté dans la segmentation de ses produits. « L'objectif est de consolider les familles de planches existantes et de mettre à jour les modèles avec de nouveaux shapes et constructions. La marque veut aussi implanter plus largement les déclinaisons « Decon » sur certaines boards comme l'Element ou la Metal Machine. Il s'agit de la même planche, mais avec un flex plus souple et un top-sheet en plastique, là où les modèles standards conservent un topsheet en bois »,

explique Alexandre Duborgel, agent pour la marque en France. Quelques nouveautés font tout de même leur apparition à l'hiver 2026-27 : la Rooster Fish, pensée pour être plus polyvalente que le reste de sa famille Founder (haut de gamme freeride) ou encore l'Astrowaste au sein de la gamme Omnis, qui marque la première incursion de la marque dans le cambre hybride. « Du côté du marketing, le parti pris est de considérer que les marchés américains et européens sont de plus en plus proches, Arbor assume donc une image très US, avec un team pro 100% nord-américain par

exemple ». La saison prochaine, le pro-model de Red Gerard fera son apparition : une planche freestyle bien entendu très haut de gamme et ultra-rigide. D'autant que le champion américain fait partie des favoris à la médaille olympique cet hiver. Un plateau qui sera décliné dans une version kids, un segment dans lequel Arbor a encore un beau potentiel de progression. « Nous restons tout de même mesurés sur ces planches qui seront forcément en marge de notre tendance globale de baisse des tarifs pour nous replacer au mieux sur le marché », tempère Alexandre Duborgel. « La volonté est de proposer une grille tarifaire plutôt agressive et inciter les magasins à nous suivre, même sur les modèles haut de gamme », conclut-il. (gg) •



Amplid surfe sur le bouche-à-oreille

Une forte notoriété

Très confiante de la qualité de son produit, la marque allemande Amplid aime faire tester ses modèles.

Amplid peut se targuer d'une croissance organique, sans grand renfort de campagnes marketing. « Le produit est le meilleur ambassadeur de la marque, nous misons beaucoup sur les tests, preuve en est que nous avons été la troisième marque la plus testée au Rock On Snow d'Avoriaz. Notre notoriété se construit d'elle-même au sein de la communauté, et dépasse souvent notre volume de ventes réel ! », déclare Florent Lemaire, qui distribue la marque depuis 2014. Au rayon

des nouveautés pour l'hiver prochain, Amplid veut soutenir le succès de ses best-sellers « Singular » et « Singular Twin », avec 4 nouvelles tailles en version wide (1 cm de plus que les tailles existantes). Dans la collection « Centrifugal », haut de gamme carving/freeride, la planche « Surfari » fait son retour après être sortie du catalogue cet hiver. Dans son shape d'origine, toujours dans un programme big mountain radical, elle est néanmoins améliorée avec l'apparition de channels 3D au niveau du tail. Côté splitboard, un segment sur lequel Amplid est reconnu, il y a de quoi se réjouir : « on voit une petite reprise de l'activité, les sur-stocks de la période post-Covid commencent à disparaître et les pratiquants convaincus sont en quête de renouvellement ou de matériel plus haut de gamme. On observe une vraie hausse de la demande sur des planches plus pointues, avec de l'innovation. Le premier prix reste toutefois en berne, conséquence du marché de l'occasion qui fonctionne bien sur ces modèles », analyse Florent Lemaire. (gg) •



Capita accélère sur les planches directionnelles

Des shapes plus typés

Après avoir fêté ses 25 ans cet hiver, la marque Capita prend une direction plus mature, sans renier son ADN freestyle et ses ambassadeurs.

« La grande nouveauté de l'hiver prochain, c'est le pro-model de Torstein Horgmo, The Matriarch, une conception dans laquelle l'athlète s'est beaucoup impliqué », annonce Charles Legay, en charge du snowboard chez V7 distribution, distributeur de Capita. Cette planche se portera sur un programme all mountain freeride, en cambre positif et shape directionnel. Dans un esprit similaire, la Sidewinder proposera une performance explosive en carving, avec un cambre positif sans rocker. « Cela vient confirmer cette volonté de produire des boards plus directionnelles avec des shapes plus particuliers », confie Charles

Legay. « Nous aurons aussi des nouveautés sur le marché féminin, qui est un élément important dans notre construction de gamme. L'Artemis (all mountain directionnelle), qui arrive l'an prochain, n'a par exemple pas d'équivalent masculin ». Sur ce segment, la marque annonce également la sortie d'un pro-model Mia Brooks, jeune prodige de 18 ans qui fait partie des favorites à l'épreuve de slopestyle des Jeux olympiques de Milan-Cortina. « Capita a plusieurs de ses athlètes engagés, c'est une belle vitrine pour le snowboard freestyle, donc nous serons en veille lors de la quinzaine olympique », conclut-il. (gg) •



Borealis continue de clarifier ses gammes

Un ADN d'indépendant

Dans un contexte de polarisation du marché autour de quelques leaders et d'une uniformisation de l'offre, la marque indépendante française Borealis imagine la suite avec confiance.

“ Le positionnement de Borealis reste premium, avec un focus important sur l'éco-conception de nos planches. Depuis 2022 nous fabriquons l'ensemble de nos planches dans l'usine GP87, basée en Chine, mais gérée par Dan Agundes, qui délivre une très bonne qualité de finition, à la hauteur de notre standard », insiste Benjamin Hall, qui a lancé l'aventure en 2013. La marque peut ainsi se targuer d'un taux de SAV de 0% depuis le déménagement de la production, sur plusieurs milliers de boards vendues. Mais le plus important reste de proposer une gamme claire, cohérente et correctement placée sur les prix. Depuis l'hiver dernier, les tarifs ont baissé et la marque s'est

recentrée : moins de modèles, mais plus de lisibilité. Au rayon des nouveautés, une nouvelle planche twin classique (cambre rocker) apparaît en entrée de gamme (399 euros).

Plus compétitives

La Reactor signera aussi le retour des boards différenciées hommes/femmes chez Borealis : le graphisme, la gamme de tailles, mais également le flex et la construction seront différents. « C'est très important pour nous d'avoir une twin accessible, cela représente une grosse part du marché, sur laquelle il faut absolument être présent ». En milieu de gamme, la Pilot Fish voit le jour sur un programme directionnel hors-piste et carving tandis



que pour le haut de gamme dédié à la poudreuse, les 4 modèles phares de la marque seront regroupés dans la « Bamboo Collection ». « Toutes ces planches auront un top-sheet en bambou, seule la Koi en était équipée jusqu'à présent. Les différentes planches et leurs

programmes sont mieux identifiées, mais surtout, elles sont plus compétitives au regard du marché. Un nouvel agent commercial vient également nous rejoindre, pour nous apporter du dynamisme et de nouvelles opportunités », conclut Benjamin Hall. (gg) •

Mervin croit aux évolutions du marché

Des tendances de fond

Chez Libtech, pas de grands bouleversements à l'hiver prochain. La marque basée à côté de Seattle change en revanche un élément important de son processus de fabrication. Le bois utilisé dans les planches sera désormais sourcé très localement, à moins de 80 km de son usine, en collaboration avec une association œuvrant pour une utilisation plus durable de cette ressource. « Dans l'ensemble, les gammes Libtech restent plutôt stables. Néanmoins il y a bien une volonté de décliner certains shapes directionnels vers le twin, avec des cambrures plus faciles au quotidien », témoigne Olivier Lambling, qui gère les marques du groupe Mervin pour l'agence SampleNCo.

Davantage de coloris

Du côté de Gnu, la tendance globale au retour du freestyle se confirme aussi. La marque y voit également l'opportunité de développer des planches plus poly-

valentes, faciles et destinées au plus grand nombre. Ainsi, l'hiver prochain, Gnu misera sur la S Corp, une board twin classique, qui saura jouer aussi bien dans le park que sur les bords de pistes. « C'est vraiment un produit pour tout le monde, unisexe, c'est d'ailleurs la première planche de chez Mervin dans cette configuration. Elle dispose aussi de notre cambre facilitant, qui se développe sur de plus en plus de modèles du groupe », ajoute Olivier Lambling. Annoncé à 489 euros, ce plateau s'adressera à une clientèle intermédiaire recherchant le compromis entre facilité et performance. Enfin, chez Bent Metal, l'arrivée des fixations Supermatic donne un vrai coup de boost commercial : « cette première campagne de vente est très positive, nous avons déjà dû opérer des réassorts, très tôt dans la saison. L'hiver prochain, davantage de coloris et de designs seront disponibles », précise Olivier Lambling. (gg) •

Dupraz mise toujours sur la D1

Plus que jamais d'actualité

La marque Dupraz, créée en 2003 par Serge Dupraz pour concilier carving puissant sur neige dure et flottabilité en poudreuse dans une seule et même planche, continue de capitaliser sur un modèle éprouvé et plus que pertinent dans le contexte actuel.

“ La D1 n'a quasiment pas changé depuis sa sortie, nous avons fait évoluer sa construction bien évidemment, mais son shape est resté sensiblement identique. Pendant des années, ce concept de planche a été vu comme un OVNI, mais aujourd'hui j'ai le sentiment que les tendances de marché nous donnent raison d'avoir persévéré dans ce créneau », affirme Serge Dupraz. Les conditions de neige actuelles, plus changeantes, font aussi la part belle aux planches performantes sur la neige dure, qui peut désormais s'installer pendant de longues périodes en station. « L'ADN de la D1, c'est de permettre un carving puissant sans avoir besoin de la technique et du physique requis par les snowboards alpins », précise le fondateur. La planche est toujours proposée dans plusieurs tailles avec, pour chacune, plusieurs

options de flex différentes. « C'est presque du sur-mesure, les combinaisons taille-flex permettent à chaque rider de trouver la planche qui lui correspond parfaitement ». Si la recette produit est inchangée, la marque fait néanmoins évoluer sa stratégie de production et de distribution. « Nous allons continuer de collaborer avec notre usine européenne afin de garder une bonne réactivité, pour relancer des productions en milieu de saison par exemple. D'un autre côté, nous sommes en train de finaliser un accord avec une société de distribution sur la France, dans le but de disposer d'une force de vente dédiée et revenir en force dans les magasins. Pour cela, nous avons besoin de dégager un peu plus de marge, l'objectif est donc de commencer à produire hors d'Europe », justifie Serge Dupraz. (gg) •

JONES



Jones Snowboards continue de repousser les limites du freeride tout en s'ouvrant au freestyle pour la saison prochaine. Chaque board combine shapes innovants, matériaux premium et technologies avancées pour offrir stabilité, contrôle et sensations naturelles dans toutes les conditions. Engagée pour la durabilité et l'environnement, Jones allie performance et responsabilité, faisant de chaque ride une expérience exceptionnelle. Plus d'informations sur www.jonessnowboards.com



FASE

Trois fois plus de choix : élargissement de notre collection de fixations FASE®. Après le lancement record de la fixation Mercury FASE®, deux nouveaux modèles viennent compléter la gamme pour l'hiver 2027. La Zenith FASE® offre puissance et réactivité ultra-rapide aux riders de niveau avancé à expert, tandis que la Nebula FASE® améliore la maniabilité et la sensation sous le pied grâce à un flex freestyle all-mountain ludique.



TWEAKER

La nouvelle série Tweaker 2.0 marque l'entrée dans une seconde génération de nos planches freestyle les plus emblématiques. Née dans les snowparks et taillée pour toute la montagne, elle adopte une forme true twin entièrement revisitée, un profil 3D moderne et une construction PRO pour ceux qui veulent repousser les limites. Plus pop, plus joueuse et plus polyvalente que jamais, elle excelle en freestyle all-mountains. C'est la board idéale pour rider librement, partout, tout le temps.



THIRTY TWO

Depuis plus de 30 ans, ThirtyTwo conçoit des boots et des vêtements pensés par et pour les riders. Pour la saison prochaine, la marque franchit un nouveau cap avec le lancement de sa première ligne de snowboards et l'arrivée de deux



nouveaux modèles de fixations FASE®, alliant innovation, confort et performance. Une évolution qui confirme ThirtyTwo comme une référence incontournable pour tous les passionnés de snowboard. Plus d'informations sur <https://eu.thirtytwo.com>

BASIN

La nouvelle fixation équipée du système FASE®, conçue pour les riders recherchant un flex mid-soft ludique et confortable. Son highback optimisé permet des tweaks précis et la baseplate en mousse moulée offre amorti et contrôle. Le FASE® Fast Entry System révolutionne l'entrée et la sortie avec l'AutoBack. Réglage facile et rapide grâce au FastStrap et aux boucles aluminium ajustables. Fixation légère, durable et compatible avec toutes les chaussures. Idéale pour les riders débutants et intermédiaires.



MOCLOV

Board polyvalente et réactive, parfaite pour explorer toute la montagne. Son shape directional twin et son camber classique offrent un équilibre idéal entre stabilité, maniabilité et pop, que ce soit sur piste, en park ou en poudreuse. Conçue pour transmettre chaque mouvement avec précision, elle reste amusante et fluide à rider, tout en résistant aux impacts grâce à sa construction solide. Graphismes audacieux, fruits de la collaboration entre ThirtyTwo et Volcom.



LASHED DOUBLE BOA FAVA

La Lashed Double BOA allie flex moyen, maintien précis et confort optimal grâce à son chausson Intuition thermoformable. Cette saison, elle se décline dans de nouveaux coloris, dont une édition spéciale en collaboration avec Pat Fava. Équipée du Double BOA H5 Coiler et compatible FASE®, elle garantit un ajustement rapide, un maintien parfait du talon et du mollet, et une accroche maximale pour rider toute la journée, du premier au dernier run.

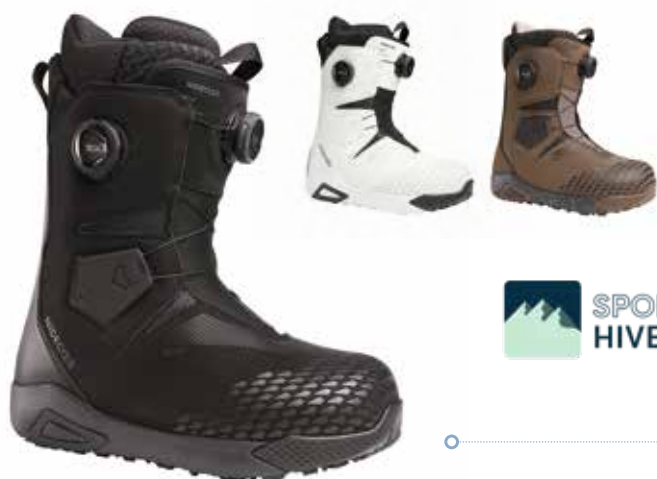


Nidecker est une marque suisse emblématique qui repousse sans cesse les limites du snowboard. Alliant innovation technique, design et matériaux premium, ses boards, fixations et boots offrent performance, précision et sensations exceptionnelles sur tous les terrains. Plus d'informations sur www.nidecker.com/fr



BLADE PRO

La board de carving la plus avancée repousse encore les limites de la précision. La géométrie ultra-précise qui a fait la légende du modèle original est désormais associée à notre semelle graphite N-12000, la plus rapide à ce jour, à la stabilité du Carbon Cell sous le pied et aux boosters en titane pour un transfert de puissance instantané. Conçue pour les riders qui n'ont pas peur de défier les lois de la physique.



ALTAI

Boot la plus vendue de la gamme, l'Altai gagne encore en performance et en polyvalence. Désormais équipée du nouveau BOA® H5 Coiler, elle propose un ajustement rapide, fiable et précis, idéal pour toutes les conditions. Semelle extérieure Ascent 2.0 améliorée pour une adhérence renforcée. La technologie signature Transition Zone™ crée une connexion fluide entre la semelle et la Supermatic, facilitant le chaussage, protégeant la boots et garantissant une glisse confortable et intuitive sur tous les terrains.

KITA

L'alliance parfaite de précision et de confort pour affronter tous les terrains. Mise à jour pour la saison W27, elle intègre la technologie Dual BOA® WrapStrap avec le nouveau BOA® H5 Coiler pour un micro-réglage précis dans les deux sens. La toute dernière construction Gold Liner, associée à la semelle Vibram Approach 2.0, ouvre un nouveau chapitre de performance, offrant maintien, précision et accroche optimale pour le freeride et le all-mountain exigeant.



SUPERMATIC LT

La Supermatic LT allie design et fonctionnalité avec sa nouvelle baseplate repensée pour un chaussage ultra rapide et intuitif. Sa flexibilité et sa durabilité améliorées offrent un confort optimal et un contrôle précis sur tous les terrains. Véritable innovation, la Supermatic® est la première fixation automatique compatible avec toutes les chaussures, elle conserve le ressenti d'une fixation classique tout en simplifiant le chaussage. Une solution pratique et performante pour les riders exigeants.

FLOW NEXUS

La Nexus incarne l'essence du système Flow, qui transforme chaque ride en une expérience puissante et fluide. Plus qu'un simple chaussage rapide, son système de câbles unique transmet chaque mouvement avec précision, offrant contrôle, réactivité et confort sur tous les terrains. Pour cette saison, la Nexus bénéficie d'un nouveau strap ergonomique et de boucles auto-bloquantes repensées, renforçant la simplicité d'utilisation et la fiabilité.





Depuis plus de 30 ans, Nitro incarne l'innovation, la passion et l'engagement au service de la communauté snowboard. Un objectif simple guide la marque depuis ses débuts : concevoir du matériel qui inspire des aventures inoubliables, saison après saison. Plus d'informations sur <https://nitrosnowboards.com/fr>



Fixations STEP ON®

Les fixations de snowboard Nitro Step On® sont conçues pour les riders à la recherche d'un système entrée/sortie ultra simple, sans compromis sur la performance ou le contrôle. Grâce à trois points de connexion au niveau des orteils et du talon, elles offrent un maintien sécurisé et une transmission d'énergie directe, pour une sensation de ride naturelle et confortable. Accroche, contrôle de la planche et vitesse se combinent parfaitement avec la simplicité du système Step On®, désormais disponible chez votre revendeur Nitro de confiance. Prix de Vente Conseillé : 330 €.



PHASE

La Nitro Phase est une planche all-mountain facile à rider, conçue pour les snowboarders passionnés et les rêveurs qui aiment tracer leur propre ligne sur le plan des pistes. Side hits, runs en forêt ou grandes courbes sur pistes larges : son shape directionnel en fait une planche polyvalente et accessible. Plébiscitée par des riders du team Nitro comme Seth Huot, cette board au flex joueur et tolérant convient à tous les niveaux, des experts aux riders du week-end à la recherche d'une planche fiable pour leurs aventures quotidiennes. Prix de Vente Conseillé : 479,90 €.

TEAM TLS STEP ON®

Découvrez le summum du fit all-mountain Step On® avec les Nitro Team TLS Step On®, pensées pour les riders qui exigent confort, performance et praticité comme priorités absolues. L'association de la légendaire chaussure Team et du système Step On® garantit une entrée et une sortie sans effort, tout en conservant le fit et les sensations emblématiques de Nitro. Que vous enchaîniez les pistes damées ou que vous partiez à l'aventure en backcountry, cette botte nouvelle génération est conçue pour rider plus longtemps, avec un confort optimal. Prix de Vente Conseillé : 579,90 €.



Clover Protection conçoit des équipements de protection alliant simplicité, légèreté et haute performance. Grâce à la technologie moléculaire exclusive RZ Labs, la marque développe des protections capables de rester souples en mouvement tout en se rigidifiant instantanément à l'impact. Pensés par des rideurs pour des rideurs, les produits Clover offrent une sécurité fiable sans compromettre le confort ni la liberté de mouvement.

Plus d'informations sur www.cloverprotection.com



KNEEPADS

Les genouillères Clover sont conçues pour protéger efficacement sans freiner vos mouvements. Ultra légères, très ventilées et confortables, elles se font oublier en ride. La technologie RZ Labs reste souple en action puis se rigidifie instantanément à l'impact pour absorber les chocs. Lavables, dotées d'un bandeau antidérapant et d'un système de sangles sécurisé, elles restent parfaitement en place, même lors des sessions engagées.

Prix de Vente Conseillé : 55 €.



CRASHPANTS

Les crashpants Clover placent la protection du coccyx au cœur de leur conception. Contrairement à de nombreux modèles classiques, cette zone clé est entièrement protégée. Légers et respirants, ils offrent un confort optimal toute la journée. En cas de chute, la technologie RZ Labs absorbe les impacts en se rigidifiant instantanément. Pads lavables, matériaux durables, ceinture élastique confortable et bandes antidérapantes assurent un maintien parfait.

Prix de Vente Conseillé : 65 €.



BACKPROTECTOR

Le dorsale Clover combine protection maximale et liberté totale. Ultra léger et hautement ventilé, il accompagne naturellement les mouvements du rideur. La technologie RZ Labs reste flexible en action puis se durcit à l'impact pour une absorption efficace des chocs. Conçu pour durer, il intègre des zips YKK premium, une structure lavable et une ceinture silicone antiglisse garantissant un maintien optimal quelles que soient les conditions.

Prix de Vente Conseillé : 135 €.



Depuis plus de 20 ans, Rome Snowboards conçoit des snowboards, des fixations et des boots reconnus pour leur qualité et leurs performances sur le marché. La marque s'attache à développer des planches précises et réactives, des fixations confortables et ajustables et des boots précises et durables, afin d'optimiser chaque journée passée en montagne. La collection FW 26-27 se distingue par l'introduction de la nouvelle famille de boards twin directionnelles Viper, de la gamme de fixations Volt FASE®, ainsi que par l'évolution des modèles Rene et Rene Pro, recalibrés pour répondre aux exigences d'un freestyle engagé et moderne. Plus d'informations sur <https://eu.romesnowboards.com>



MEN'S VIPER

Une nouvelle board twin directionnelle conçue pour rider tous types de terrains. Propulsée par la Fusion Camber, un nose Directional Diamond 3D et un tail Directional DoubleKick, la Viper propose puissance, précision et fiabilité sans concession. Son triple rayon permet d'avoir de l'accroche, de la stabilité en carving et décuple la portance du nose Directional Diamond 3D pour attaquer fort, quelles que soient les conditions. Prix de Vente Conseillé : 549,95 €.

MEN'S KATANA AW FASE®

La référence ultime des fixations bi-straps Fast Entry System pour tout rider à la recherche d'une fixation précise, confortable et réactive. Pratique et rapide à chauffer et déchauffer grâce au système FASE®. Réputée pour son confort, l'ergonomie incroyable de ses straps chevilles et orteils ainsi que pour son châssis asymétrique AsymWrap en aluminium forgé. Le système PivotMount FASE® offre 4 positions différentes de calage des straps chevilles pour un ajustement parfait aux boots afin d'avoir la meilleure sensation possible sur la board. Prix de Vente Conseillé : 389,95 €.



RENE

Le freestyler finlandais Rene Rinnekangas propose une version de son pro-modèle avec un flex plus souple, idéal pour enchaîner les runs et s'exprimer dans le park. La Rene est la planche de jib ultime dans le quiver de Rene Rinnekangas. Plus souple que la Rene Pro, sa construction avec la Fusion Camber et le Bamboo Omega HotRod permet à quiconque de proposer un freestyle créatif et explosif, à l'image du rider finlandais. Prix de Vente Conseillé : 549,95 €.



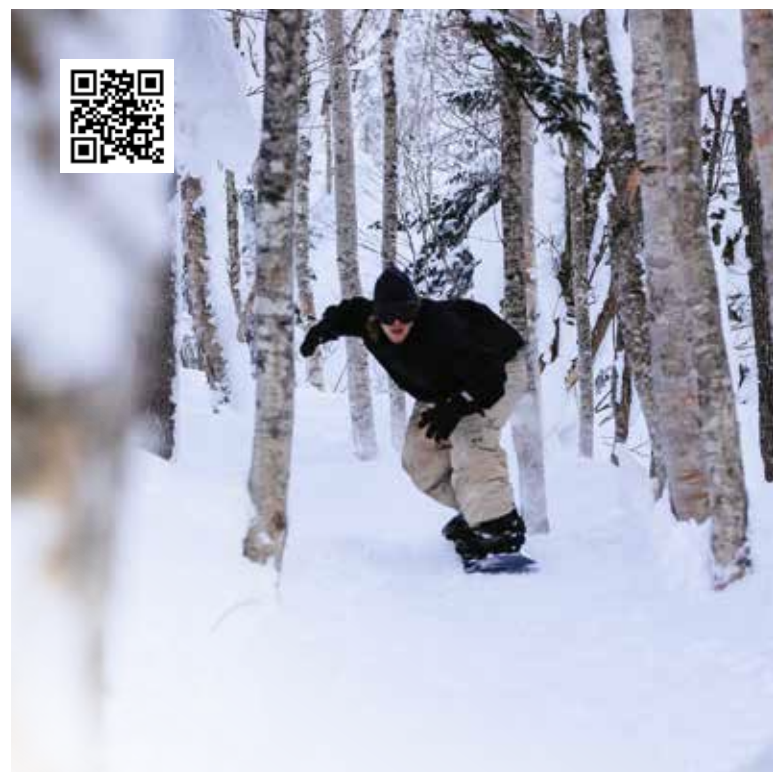
MEN'S VOLT FASE®

La famille des fixations bi-straps Fast Entry System vient s'enrichir du nouveau modèle Men's Volt FASE® proposant une nouvelle embase injectée monobloc, un flex souple et empruntant les fameux straps chevilles et orteils ultra ergonomiques de la Katana. Combinée au système de chaussage/déchaussage rapide et pratique FASE®, elle s'adresse aux riders à la recherche d'une fixation confortable et joueuse en toutes circonstances. Prix de Vente Conseillé : 299,95 €.



LIBERTINE BOA®

Robuste, fiable et pensée pour performer sur tous types de terrains, la Libertine BOA® allie confort et précision à chaque session. Équipée du système Focus BOA® avec la nouvelle molette H5 Upper Dial pour des micro-ajustements instantanés et de la molette M-Series à l'avant-pied avec lacets TX3, elle s'adapte parfaitement à chaque rider. Son chausson premium Ultralon F.I.T. à double densité et thermoformable assure un confort longue durée, tandis que la semelle GripLight Vibram garantit une adhérence irréprochable. Prix de Vente Conseillé : 429,95 €.



DOUBLEDECK® conçoit des snowboards au feeling vraiment différent, grâce à une technologie développée et peaufinée pendant des années. Au cœur du concept : l'association du Motherboard et du Bow, un élément signature calibré selon chaque modèle, qui apporte davantage de contrôle, de stabilité et de pop, que ce soit sur piste, en backcountry ou au park. Avec les modèles TURNING D, ROCKING D et CARVING D, DOUBLEDECK® propose des boards adaptées à différents styles et niveaux, du set-up joueur et polyvalent à la performance précise sur la carre.

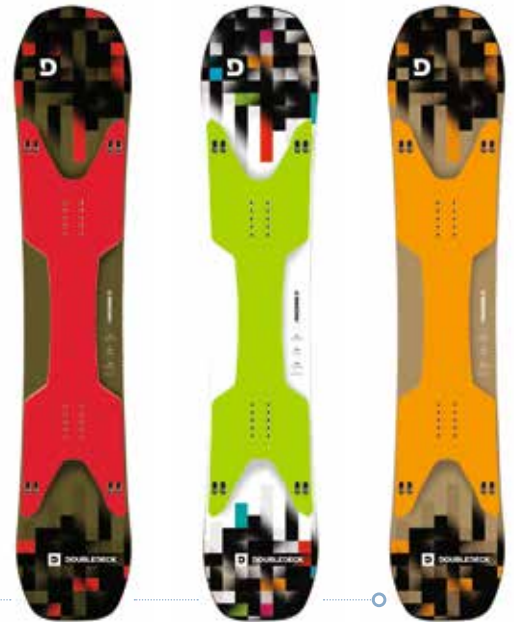
Programme LET TO RENT de 1 à 5 mois pour les magasins. Plus d'informations sur <https://doubledecksnowboards.com>



TURNING D

La TURNING D mise sur la fluidité, le flow et la polyvalence, quel que soit le terrain. Son profil hybride facilite les virages tout en douceur, et son flex plutôt souple reste tolérant. Idéal pour les journées poudreuse comme pour les runs all-mountain, du niveau débutant au rider confirmé.

Prix de Vente Conseillé : 799€.



ROCKING D

Pensée pour le freestyle, la ROCKING D offre du pop et un comportement vif, très direct sous les pieds. Grâce à un Bow plus court, elle réagit plus vite et se prête parfaitement aux butters, aux press et aux tricks en park comme en pipe. Un excellent choix pour les freestylers expérimentés, mais aussi pour celles et ceux qui veulent progresser et poser de nouveaux tricks proprement.

Prix de Vente Conseillé : 899€.

CARVING D

La CARVING D s'adresse à celles et ceux qui aiment la vitesse et recherchent une précision maximale sur piste. Plus rigide, elle assure une tenue de carre solide et une grande stabilité, tout en restant calme à haute vitesse, sans vibrations inutiles à l'avant. Résultat : des courbes puissantes, nettes, et une vraie sensation de confiance quand on la laisse filer.

Prix de Vente Conseillé : 959€.



DOUBLEDECK
snowboards

Notre héritage dans la fabrication de produits de qualité a façonné qui nous sommes aujourd'hui. Avec plus de 25 ans de savoir-faire et d'innovation nourris par la passion. Conçus pour rendre chaque slash, chaque side hit et chaque journée sur la planche meilleure que la précédente. En regardant vers l'avenir, nous plaçons notre responsabilité envers les personnes et l'environnement au centre.

La manière dont nous créons pour le futur nous définira.

Plus d'informations sur www.salomon.com

HIGHPATH

Performance Tout-Terrain- Stabilité et Réactivité - Modèle Durable (Flagship)

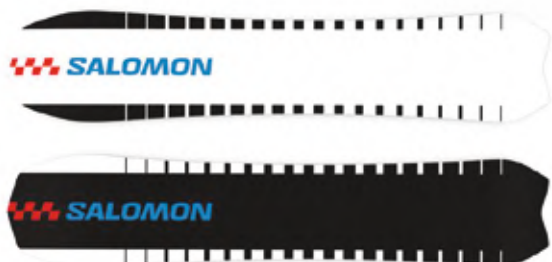
La Highpath est l'aboutissement de nos efforts pour concevoir une planche de snowboard tout-terrain haute performance, fabriquée avec des matériaux recyclés et biosourcés. Dotée du profil Rock Out Camber et d'un shape directionnel tapered, elle représente le sommet de la performance toutes-neiges - du backcountry au frontside- en passant par les side hits et les wind lips. Prix de Vente Conseillé : 600€.



INDICATOR

Incroyablement agile - Maniabilité en poudreuse - Modèle durable

Snowboard freeride inspiré de l'un des shapes les plus emblématiques du Hillside Project. Conçu pour les gros jours de poudre, cette board avec son shape directionnel est équipée d'un Powder Camber pour plus de puissance et une maniabilité maximale, ainsi que d'un long nose doté d'un généreux rocker pour une portance et une agilité ultimes dans la neige profonde. Prix de Vente Conseillé : 600€.



DANCEHAUL

Planche incontournable - Fun et polyvalente - Ultra agile

Montez le volume avec la Dancehaul. Cette board unisexe déborde de personnalité et s'adapte à tous les styles de ride. Sa largeur généreuse et son shape directionnel transforment l'ordinaire en extraordinaire, offrant une agilité maximale dans tous les types de neige. Le Rock Out Camber, le noyau Popster et les renforts Ghost Basalt rappellent que le freestyle peut se pratiquer absolument partout. Prix de Vente Conseillé : 500€.



SPORT ACHAT
HIVER **H42-H43**

NO DRAMA

Performance quotidienne au park Pop - Agile - Le choix des rideuses

Planche de park féminine haut de gamme conçue pour les jumps, les transitions et les rails. Elle utilise notre profil de camber le plus réactif, associé à un flex polyvalent et un sidecut permettant des manœuvres ultra précises. Son shape avec spatule et talon plus prononcés offre davantage de snap, de réactivité et une réduction du poids de rotation, tandis qu'une longue liste de technologies améliore le pop et la stabilité à haute vitesse. Prix de Vente Conseillé : 500€.



DIALOGUE DUA BOA (COLOR)

Polyvalence au quotidien - Precision Harness™ 3.0 Amorti incomparable

La Dialogue Dual BOA® offre un fit précis et un flex progressif pensé pour la performance freestyle. Cette boots de flex intermédiaire combine un ajustement zonal personnalisé et notre Precision Harness™ 3.0, sécurisant le talon pour un maintien articulé. Conçue avec la construction FTR, la Dialogue propose une boot légère, durable, avec une adhérence supérieure et un amorti performant sous le pied. Prix de Vente Conseillé : 420€.



SALOMON



LAUNCH BOA SJ (COLOR)

Notre franchise la plus solide - Harnais SJ BOA® Pro - Design iconique

L'une des favorites de l'équipe pour le park et le freestyle, avec des lignes de design inspirées des chaussures emblématiques de Salomon. Matériaux premium et durables. Construction Fit To Ride garantissant un fit immédiat dès la sortie de la boîte et un confort de premier ordre. Son harnais interne STR8JKT activé par BOA® assure un maintien du talon exceptionnel et un fit articulé optimisé pour la performance.

Prix de Vente Conseillé : 360€.



IVY BOA SJ (COLOR)

Notre franchise la plus solide - Harnais SJ BOA® Pro - Design iconique.

La IVY BOA® SJ est une boot polyvalente pour femme, avec des lignes de design modernes inspirées des chaussures emblématiques de Salomon. Avec un flex moyen adapté à une variété de styles de ride, l'Ivy utilise des matériaux premium et notre construction Fit To Ride, garantissant un confort immédiat et durable. Son harnais STR8JKT, activé par BOA®, assure un maintien du talon exceptionnel.

Prix de Vente Conseillé : 360€.



XA SUPERMATIC

**Compatible avec toutes les boots
- Véritable entrée mains libres -
Sensations de straps traditionnels**

Elle dispose de la technologie de fixation pratique la plus éprouvée, offrant un ride sûr et confortable sans compromettre les sensations sur la board. Dotée d'un spoiler rabattable Salomon pour une entrée facile et d'un levier de libération pour une sortie rapide, la XA Supermatic® offre la meilleure compatibilité bootfixation parmi les systèmes d'entrée automatique.

Prix de Vente Conseillé : 450€.

DISTRICT PRO DUSTBOX

**Ride joueur - Shadow Fit accessible
Confort toute la journée**

La District Pro est une fixation freestyle inspirée par l'équipe, conçue pour les riders qui exigent soutien et contrôle. Née de la combinaison de pièces provenant de deux fixations différentes par nos team riders, la District Pro Team conserve tous les avantages de la District, comme le confort et la connexion naturelle, tout en offrant un talon plus rigide, une suspension améliorée et des straps plus réactifs.

Prix de Vente Conseillé : 320€.



SPORT ACHAT
HIVER **H42-H43**

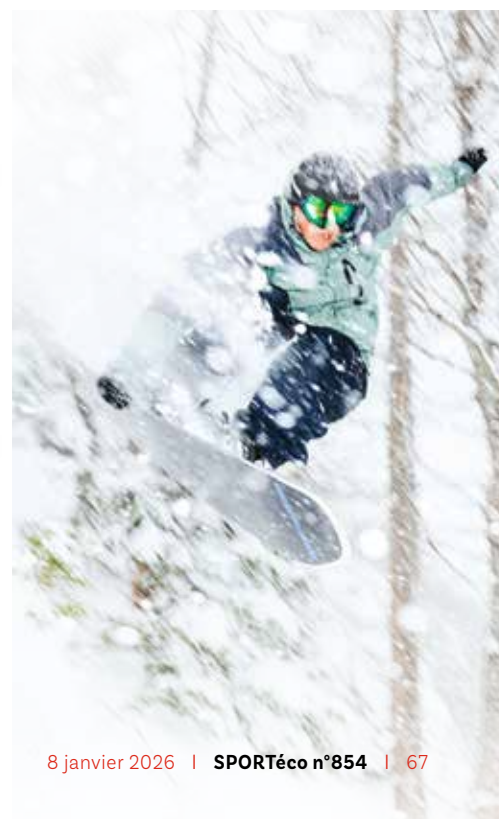


EDB PRIME (COLOR)

**Fixation standard la plus reactive - Caractéristiques
haut de gamme - 100 % sans outils**

L'EDB Prime offre tout ce dont vous avez besoin pour des performances freeride, et rien de superflu. Un spoiler plus rigide, associé à nos Response Front Pad et Air Cush Rear Pad, assure un équilibre parfait entre transmission d'énergie et confort, tandis que le Booster Strap améliore le fit et la précision. Fabriquée avec 20 % de nylon recyclé et 30 % de composites en fibre de verre recyclée.

Prix de Vente Conseillé : 250€.





SPORT ACHAT
HIVER **H42-H43**



DEEMON PRO

Chaussure tout-terrain phare de DEELUXE, conçue pour performer sur tous les terrains et adaptée aux freeriders adeptes du freestyle. Réglée en usine avec la technologie Rapid React Modular, elle offre une réactivité et une précision fulgurantes. Dotée de la languette Blaster Tongue et du Flex Guard ATV pour une réactivité sans compromis et une fiabilité durable, ainsi que de la semelle Quantum pour une glisse réactive, une absorption des chocs et une traction en randonnée.

Prix de Vente Conseillé : 499,95€.



EDGE PRO

Cette botte de freestyle tout-terrain s'adresse aux riders à la recherche de soutien et de performance. Réglée en usine avec la technologie Rapid React Modular, elle offre une réponse et une précision fulgurantes. Sa languette Blaster Tongue et son Flex Guard ATV garantissent une réponse sans compromis et une fiabilité durable. Semelle Spectra offrant un équilibre parfait entre sensation de glisse, adhérence et absorption des chocs. Le Power Link, reliant le Flex Guard à la semelle, assure une transmission efficace de la puissance du talon aux orteils.

Prix de Vente Conseillé : 539,95 €.

ID Y 20

Véritable révolution! Performance, confort ultime et innovation de pointe. Fabriquée à partir de matériaux légers et réglée en usine grâce à la technologie Rapid React Modular, elle offre une expérience de glisse d'un niveau supérieur sur tous les terrains et garantit une flexibilité parfaite et un confort inégalé. La languette Boost injectée enveloppe parfaitement le tibia. Soutien maximal et fermeture optimale autour du cou-de-pied. Le TPU Flex Guard Freestyle stabilise la zone du talon, offrant un excellent ajustement et un maintien sûr dans la fixation.

Prix de Vente Conseillé : 599,95 €.

DNA PRO SILVER

Idéale pour faire des tours de piste à toute vitesse, s'adonner à des sessions de side hits ou explorer des spots urbains. La dernière génération de la DNA Pro est équipée de la technologie Rapid React Modular, qui offre une glisse réactive et précise avec un flex constant, même après une longue saison. Sa construction plus souple offre une liberté maximale pour le jibbing et le freestyle ludique, tandis que la Boost Tongue et le Flex Guard Freestyle ajoutent de la stabilité et maintiennent un flex constant.

Prix de Vente Conseillé : 379,95 €.



ID PRO WOMEN

Conçue pour les rideuses exigeantes. Dotée de la toute nouvelle doublure Stage 3F, fabriquée à partir de matériaux moelleux et confortables. Sa conception soigneusement étudiée offre un espace supplémentaire autour du mollet pour un ajustement optimal. En complément de la doublure, un col bas et souple améliore le confort et assure un ajustement parfait autour du mollet. Équipée de la languette Boost Tongue, elle offre un flex réactif et constant pour un contrôle précis à chaque virage.

Prix de Vente Conseillé : 399,95 €.



Plus d'informations sur
www.deeluxe.com/fr



Armada Snowboards a été créé par des passionnés. Les membres de notre équipe, nos ingénieurs produits, notre équipe marketing sont des snowboarders pur et dur. Nous sommes entièrement dévoués au snowboard, et cela se reflète dans notre expérience. Et c'est précisément pour cela que le snowboard a besoin d'une nouvelle marque. Nous avons besoin de contributeurs. Nous avons besoin de collaborateurs. Nous avons besoin de créatifs. Nous avons besoin d'excellents produits. Nous avons besoin de personnes qui s'engagent à tout prix. Et c'est exactement ce que nous sommes. Nous aimons cela et nous vivons pour cela.

Plus d'informations sur www.armadasnowboards.com



**SPORT ACHAT
HIVER H42-H43**

BEATNIK

Le snowboard emblématique de Danimals, le Beatnik, est un modèle directionnel conçu pour être utilisé dans toute la station avec une approche freestyle. Spécialement conçu pour rendre les side hits, les rollers, les berms, les rope ollies et les sessions de park de haut en bas plus amusants. Prix de Vente Conseillé : 579,95€.



TUFFY

Le Tuffy est notre véritable twin, conçu pour tous les parks et les sessions de jib : assez souple pour faire des press, assez solide pour absorber les chocs. Prix de Vente Conseillé : 449,95€.



SICKO

Un snowboard directionnel à part entière, conçu pour être ridé comme si vous l'aviez volé (mais ne le volez pas, s'il vous plaît), le Sicko est complètement fou. Un mélange parfait entre réactivité et sensation de glisse pour enchaîner des lignes créatives tout en offrant une meilleure flottabilité les jours où la neige est plus profonde. Prix de Vente Conseillé : 599,95€.

DO-SI-DO

Notre modèle directionnel spécifique pour femmes, le Do-Si-Do, est réputé pour sa forme adaptée au freestyle, son flex parfait et son pop performant. Conçu spécialement pour rendre les side hits, les rollers, les berms, les rope ollies et les sessions de park de haut en bas plus amusants. Prix de Vente Conseillé : 579,95€.



KURE

Notre snowboard directionnel spécialement conçu pour les femmes, avec une sensation, une réactivité et un pop exceptionnels, le Kure a été conçu pour les riders qui exigent une construction haut de gamme, une technologie de pointe et un snowboard qui peut être utilisé à pleine vitesse avec une approche freestyle. Prix de Vente Conseillé : 599,95€.



COME RIDE WITH US

De la boots PSI triple BOA® offrant un ajustement ultra-précis du chausson à la coque, aux boards RUSH et STELLA 2.0 avec un contrôle dynamique, en passant par la toute nouvelle plateforme de fixations EX pour une performance sans effort et un confort optimal tout au long de la journée, cette saison est conçue pour les riders les plus exigeants. Plus d'informations sur www.head.com



PSI BOOTS TRIPLE BOA®

LAÇAGE À TRIPLE ZONE BOA® : Micro-ajustements indépendants au niveau de la doublure, de la tige et de la semelle pour un ajustement personnalisé et sans pression.

BOA® PERFORM FIT™ : Maintien personnalisé au médio-pied pour un meilleur maintien du talon, un contrôle accru et un transfert d'énergie optimal.

RÉSISTANCE EXCEPTIONNELLE À L'USURE : Le tissu aramide, reconnu pour sa durabilité exceptionnelle, sa résistance aux chocs et son utilisation dans l'aérospatiale et les équipements de protection, offre une résistance ultra-légère, une performance durable et une chaleur idéale.



Rush



Stella



RUSH & STELLA 2.0

Même nom, nouvelle construction. Désormais dotées de notre construction unique au patin en torsion, alliant précision et polyvalence. À haute vitesse, les snowboards offrent un contrôle exceptionnel des carres et une puissance optimale grâce à une rigidité en torsion maximale. À basse vitesse, leur flexibilité intégrée permet une glisse plus ludique et tolérante.

EX

La toute nouvelle plateforme de fixations de snowboard, disponible en version unisexe ONE et en version femme FAY I, allie une conception éco-responsable, un Clip Disc universel et un ajustement optimisé pour un confort optimal et des performances sans effort tout au long de la journée.

FAY I



ONE



Né en 1907, Rossignol, au cœur de la montagne, s'est développé au-delà des sports d'hiver pour devenir une marque mondiale de sports de montagne. Couvrant aussi bien les sports que les saisons et les terrains, notre gamme de produits – du matériel aux vêtements et aux chaussures – est conçue et fabriquée avec passion, expertise technique et savoir-faire.

Plus d'informations sur www.rossignol.com/fr-fr



Wuji

Un shape directionnel, un profil de cambre AmpTek Zero, plat entre les pieds pour la maniabilité et relevé en tail et nose pour déjàuger rapidement, un flex inversé pour un contrôle précis des trajectoires et une semelle frittée haute densité pour sa vitesse incomparable, la Wuji s'adresse aux riders de niveaux Intermédiaire à Avancé en quête de polyvalence et de performance.

Prix de Vente Conseillé : 450€.

XV

Développée par Xavier De Le Rue, triple vainqueur du Freeride World Tour, la XV est de retour avec son pop phénoménal, son flex inversé, son pintail, son cambre AmpTek Elite, son RadCut, son noyau Greenlight et sa semelle tranchée haute densité. Et Andy Earl, photographe et illustrateur de Salt Lake City, signe un nouveau décor somptueux tiré de la dernière expédition en Antarctique de Xavier.

Prix de Vente Conseillé : 730€.



XV Slashimi

La XV Slashimi, signée Xavier De Le Rue, représente le côté ludique du champion. Plus facile que la XV, elle propose un talon plus présent, reste très agile sur une grande variété de terrains et déjàuge rapidement en neige profonde. C'est la board parfaite de tous les jours avec un énorme potentiel de freeride qui fera de l'attente des grosses chutes de neige une bénédiction.

Prix de Vente Conseillé : 680€.



XV Sushi

Hommage à la rencontre du snowboard et du surf avec un clin d'œil au style rétro Japow des années 90, la XV Sushi de Xavier De Le Rue possède un shape ultra directionnel type « fish » particulièrement adapté à la poudreuse, mais dont les renforts en polyuréthane du noyau permettent une glisse fluide sur tous les types de neige et de terrain.

Prix de Vente Conseillé : 550€.



Works

La nouvelle Works est une fixation all-mountain qui permet de progresser dans les meilleures conditions possibles tout en proposant des caractéristiques uniques sur le marché : crémaillères et sangles moulées en 3D pour le fit, construction en sandwich pour l'amorti, spoilers Dualback pour le contrôle des trajectoires, gas pedals réglables, aucune colle et pas d'EVA pour simplifier l'entretien et le recyclage.

Prix de Vente Conseillé : 160€.



SPORT ACHAT
HIVER

M42-M43-M52-M53



ROSSIGNOL

La CDA inaugure son Travelski Night Express

Une solution décarbonée

Conçue par la Compagnie des Alpes à travers sa filiale Travelski, un train-couchette Paris – Bourg-Saint-Maurice va faire la liaison pour se rendre dans les Alpes françaises durant tout l'hiver 2025-2026. Le premier train lancé le 19 décembre était loin de faire le plein...

Comme annoncé au printemps dernier, Travelski, filiale de la Compagnie des Alpes, a mis sur les rails le vendredi 19 décembre, le premier train-couchette Paris – Bourg-Saint-Maurice. L'entreprise remet au goût du jour une solution ancienne déjà expérimentée sur les saisons 2021-22 et 2022-23. Ce train permettra de se rendre dans les Alpes françaises jusqu'au 20 mars 2026. Disposant de 660 couchettes réparties en cabines de 6 unités dans 11 voitures, le Travelski Night Express part tous les vendredis soir de Paris Gare de Lyon pour desser-

vir les gares de Moutiers, Aime puis Bourg-Saint-Maurice le samedi en tout début de matinée. Le retour s'effectue le samedi de la semaine suivante dans la soirée, depuis les trois gares desservies pour une arrivée à Paris dimanche matin en début de matinée. Un service de restauration payant est assuré toute la nuit dans la voiture-restaurant proposant un avant-goût de spécialités savoyardes. Un service itinérant de snacks à la cabine est également prévu pour ceux qui privilégient le repos en cabine. « Il est également possible de commander,



avec service à la cabine, un petit-déjeuner continental avant l'arrivée », indique l'entreprise qui propose également des espaces exclusivement réservés aux femmes et la privatisation à la cabine pour les familles. « Commercialisé sur Travelski.com, le train de nuit est proposé en aller simple, en aller-retour, mais également en packages avec l'hébergement pour 7 nuits, le forfait remontées mécaniques et la location de matériel. La formule packagée incluant l'aller-retour en train-couchette permet ainsi de profiter pleinement de 8 jours de ski au lieu de 6 habi-

tuellement », précise un communiqué. Une formule d'autant plus attractive que Travelski propose une offre spéciale 8 jours de ski au prix de 7 ou 7 jours au prix de 6 sur les forfaits de remontées mécaniques. « Développé en partenariat avec Pegasus Trains, jeune entreprise ferroviaire française, le Travelski Night Express offre une solution de déplacement décarbonée, reposante et hors de toute circulation routière », indique le communiqué. A noter que ce premier trajet était loin de faire le plein avec seulement un tiers des places occupées... (yf) •

Snow Performances

Francis Charbonnel, président et fondateur du groupe Snow Performances, innove cet hiver en offrant pour la première fois la possibilité à ses clients de payer en crypto-monnaie. L'entreprise collabore avec la solution Lyzi.

Skilead veut bousculer les codes de la location de ski

Plus libre et plus engagée

Avec désormais 9 « tanières » en station, l'hiver 2025-26 marque une étape clé dans le développement de Skilead. L'enseigne lancée en 2022 mise sur un modèle à taille humaine, fondé sur la proximité, la transmission et l'esprit de famille.

Après avoir évolué au sein d'un grand réseau national, la famille Goulot a fait le choix de créer sa propre enseigne pour retrouver une plus grande flexibilité, une liberté stratégique et une cohérence économique ciblée montagne. « Skilead incarne une autre vision de la montagne : plus humaine, plus libre et plus engagée », explique Céline Goulot, co-fondatrice de Skilead. En seulement 3 hivers, l'enseigne de location de skis compte 9 « tanières » depuis l'ouverture de 4 nouvelles tanières aux Menuires, aux 2 Alpes et à l'Alpe d'Huez. « Une

croissance rapide, maîtrisée et portée par une vision claire : réinventer la location de skis en montagne en fédérant une communauté de montagnards passionnés des sports de glisse », précise Céline Goulot. Chaque nouveau magasin s'inscrit dans la même philosophie : un lieu identifié, chaleureux et familial. « L'objectif est de faire gagner du temps aux skieurs, d'offrir plus de liberté et de transformer la location de skis en une étape fluide et agréable du séjour en montagne », explique la responsable de l'enseigne qui met en avant une plateforme de location

de skis en ligne ludique, pensée pour les familles, une expérience client immersive et efficace et des équipes professionnelles de passionnés, à l'écoute et engagés. « Skilead est pensé comme une réponse entrepreneuriale aux dérives du marché : la dépendance aux centrales, la pression sur les marges et la standardisation des offres en station. On fait un pari assumé : moins de volume, plus de valeur, avec une expérience client

fluide et une organisation optimisée grâce au digital », précise Céline Goulot. Ce n'est pas tout, Skilead travaille aussi son impact environnemental avec Skireco. La filiale du réseau propose du matériel de ski reconditionné. « Les équipements sont remis aux normes en vigueur et sont utilisés jusqu'à leur recyclage. Un vrai plus pour les familles qui rend le ski accessible à prix réduit », conclut Céline Goulot. (yf) •

Cara Group

Déjà présent à Serre Chevalier avec 8 magasins, aux Orres avec 3 magasins et à Val-d'Isère avec un magasin, Cara Group compte désormais 10 magasins à l'Alpe d'Huez. L'entreprise a inauguré cet hiver deux points de vente. Le magasin Olivier Sport Le Signal et le magasin Rossignol sont tous les deux situés au rez-de-chaussée de la nouvelle résidence Belle Aurore.

Benjamin Ney, responsable des achats du groupe Danisports

Un bon cocktail

En poste depuis deux ans et fin connaisseur du marché des sports d'hiver, Benjamin Ney inaugure la série de portraits d'acheteur de SPORTÉCO. Il achète pour les 35 magasins en propre du groupe Danisports, tout en gérant une centrale d'achats pour un réseau d'affiliés qui ne cesse de croître. Entre urgences du quotidien et projets à long terme, le responsable des achats ne s'arrête (presque) jamais. Par Baptiste Blanchet

“ J'ai toujours voulu travailler dans l'univers du sport, car je suis un passionné. Mes parents jouaient au basket. Tous les week-ends j'étais avec eux à la salle de Thonon-les-Bains », se souvient Benjamin Ney, licencié à la Stella basket au poste d'ailier avec son 1,92 m. Après une Licence en alternance au sein de Thalès, puis un Master « Achat et Logistique », à Paris, il débute sa carrière au sein du groupe Bavoux Sport, en tant que responsable achats d'un magasin Go Sport et du site Destock Sport et Mode. Une expérience marquante. « Aux côtés de Pierre Bavoux, j'ai vraiment reçu la meilleure formation possible. Sur le terrain, j'ai appris les produits, la connaissance du marché, la gestion logistique d'un magasin ». Il y a deux ans, souhaitant rester dans le même secteur, il rejoint Danisports malgré d'autres opportunités. Responsable des achats, il doit notamment dénicher les meilleurs produits pour les 35 magasins en propre du groupe. « Il faut connaître les marques, les dernières tendances. Mais celui qui ne se « plante » jamais dans ses achats est sans doute trop frileux. D'autant qu'avec des délais de fabrication et d'approvisionnement de plus en plus longs, on achète presque à l'aveugle », indique Benjamin Ney, qui vit à Chambéry. « Dans mon métier, il y a aussi beaucoup d'analyses de datas, de ventes ou de taux de sortie, de calcul de marges, afin de limiter les invendus. Un magasin qui marche est une sorte de cocktail entre quelques produits d'image, d'autres, plus nombreux, qui permettent d'avoir de la marge et des promotions ou fins de série que l'on négocie ».

Catalogues et journée d'achats

Le groupe Danisports possède également un réseau de magasins affiliés, 135 au total, sous les enseignes Precision Ski, Ski Republic, Freeride, Skioccas. « Dans ce cadre, je suis chargé du développement de notre centrale d'achats pour ce réseau qui ne cesse de s'étendre. Chaque saison, je crée et rédige quatre catalogues que nous imprimons, dans lesquels j'ai sélectionné les meilleurs articles aux meilleurs prix », explique Benjamin Ney. Ce passionné de voyages et de grands événements sportifs a aussi lancé des journées d'achats, organisées à Montmélian. La pre-

mière a regroupé 40 marques et 70 magasins affiliés venus « faire leurs courses », avant un grand repas pris en commun. Encore plus importante, la deuxième aura lieu le 19 mars. « On essaye d'être proche de nos fournisseurs comme de nos magasins, de se différencier sur l'aspect humain, la proximité. Avoir un bon relationnel, des liens réguliers avec les fournisseurs permet d'avancer ensemble, de conclure des deals. Bien sûr, il faut savoir négocier, mais ça doit être du gagnant - gagnant pour perdurer »,



Proche des fournisseurs comme de ses magasins, le groupe Danisports participe au Bim Bam Boom.

souligne celui qui n'a pas de journée-type et doit gérer « beaucoup d'urgences ». D'octobre à décembre, il doit vérifier que les 35 magasins sont livrés en temps et en heure, qu'il n'y a ni retard, ni litiges, négocier les délais de paiement. En parallèle, il faut rédiger les quatre catalogues pour les affiliés afin d'être prêt pour Sport Achat, tout en achetant courant janvier pour les 35 magasins du groupe.

Sécuriser l'approvisionnement

« J'exerce un métier saisonnier, avec une activité intense d'octobre à mars-avril », souligne l'intéressé. Durant cette période, j'effectue beaucoup de déplacements, de tournées de magasins, je vais à Ispra à Munich. Le reste de l'année, tu traites du fond, des gros projets ». Parmi eux, le développement de la marque Torrent. En entrée ou moyenne gamme, elle propose des masques, casques et bâtons de ski, chaussettes ou accessoires. « Faire progresser la marque représente une fierté, car avant, c'était surtout des produits de dépan-



Benjamin Ney, responsable des achats du groupe Danisports, a débuté sa carrière chez Bavoux Sport.



Certains affiliés réalisant désormais un chiffre d'affaires plus important en été qu'en hiver, notamment en Haute-Savoie, Benjamin Ney leur propose un catalogue supplémentaire autour du trail et de la randonnée.

nage qu'on achète en dernière minute ». Ce passionné de sneakers, qui s'est lancé il y a quatre ans avec des amis dans la création d'une marque de vêtements baptisée « Nagual », doit s'adapter aux évolutions de son métier. « Il faut anticiper les tendances qui changent de plus en plus vite avec les nouvelles générations. Mais en se baladant dans les showrooms, on y arrive à peu près. En revanche, il faut sécuriser l'approvisionnement, ce qui implique d'avoir les bons volumes afin de ne pas manquer des ventes. Dans le passé, on obtenait le réassort qu'on voulait, ce qui est moins le cas aujourd'hui ». En deux ans chez Danisports, Benjamin Ney mesure le chemin parcouru. « Malgré des changements d'équipes, on a réussi à structurer cette société, qui était déjà importante, en développant nos catalogues, la journée d'achat, des formations RH, ainsi que le nombre d'affiliations qui augmente fortement avec l'équipe commerciale. Cela me rend fier, mais il reste encore beaucoup de choses à accomplir », conclut-il (bb) •



AMER SPORTS France
Responsable Armada France SKIS
SLAB Distribution
Sébastien BOYOUN
sebastienboyoud@hotmail.fr
Tél. : +33 (0)6 14 76 68 22



AMER SPORTS France
Responsable Armada France SNOW
SLAB Distribution
Sébastien BOYOUN
sebastienboyoud@hotmail.fr
Tél. : +33 (0)6 14 76 68 22



BLIZZARD / TECNICA GROUP FRANCE
20, rue Pré Faucon
74940 Annecy-le-Vieux
Tél. : +33 (0)4 50 64 10 00
www.blizzard-tecnica.com
Directeur Commercial et Marketing
Emmanuel DU NOYER
emmanuel.dunoyer@tecnicagroup.fr



GREENDOOR Distribution
36, rue de la Ville ès Cours
35400 Saint-Malo
Tél. : +33 (0)2 99 19 90 90
alexandre@greendoor.fr



SLAB DISTRIBUTION
Distributeur DEELUXE
pour la France
Sébastien BOYOUN
sebastienboyoud@hotmail.fr
Tél. : +33 (0)6 14 76 68 22



DOUBLEDECK SNOWBOARDS GmbH
Oskar-Sembach-Ring 30
91207 Lauf an der Pegnitz
ALLEMAGNE
William RENAN
w.renan@doubledecksnowboards.com
Tél. : +33 (0)6 03 38 54 68
www.doubledecksnowboards.com



SKIS ROSSIGNOL SAS
98, rue Louis-Barran
38430 Saint-Jean-de-Moirans
Service client France
Tél. : +33 (0)8 00 74 67 44



SUNSET
contact@sunset-sport.fr



FULL STACK SUPPLY CO
Aurélien NOVARESE
Sales Manager France FSSC. Gestion
Grands comptes + Rhône Alpes.
aurelien@fullstacksupply.co
Mike DEFER
Secteur Nord Est
michaeldefer@free.fr
Sylvain AGNES
Secteur Sud Ouest
sylvain.agnes@workshopdistributor.com
Baptiste BOURGEOIS
Secteur Hautes Alpes / Sud Est
888gto.sport@gmail.com



FISCHER FRANCE
134, Chemin de Crêts de Viry Sud
74540 Alby-sur-Cheran
Tél. : +33 (0)4 50 68 30 06
www.fischersports.com/fr_fr/



HEAD FRANCE SAS
BP29 - ZA Les Condamines
38320 Bresson
Tél. : +33 (0)4 76 62 69 00
standard@fr.head.com
www.head.com



SPORTPULSION
49, route du Nant
74350 Allonzier-la-Caille
Responsable commercial
Julien AUDIN
jaudin@sportpulsion.fr



SHOWROOM LE 13
3, rue du Bulloz - PAE des Glaisins
74940 Annecy-le-Vieux
Laurent HASE
Tél. : +33 (0)6 79 31 06 45
laurent@showroomle13.com
David PEZIER
Tél. : +33 (0)6 09 89 52 34
david@showroomle13.com



LACROIX SPORTS
9, rue Marcel Chabloz
38400 Saint-Martin-d'Hères
AGENT COMMERCIAL SKI
Stéphane LAURENT
Tél. : +33 (0)6 03 28 89 87
stephane.laurent.agency@gmail.com
TEXTILE COLLECTION MONTAGNE
Agence YOP
Tél. : +33 (0)7 82 89 51 01
contact@agenceyop.com
TEXTILE COLLECTION URBAN/LIFESTYLE
Agence POP-CORN
bonjour@popcorn-club.fr



NICIMPEX
Alan CONVERT
Tél. : +33 (0)4 50 57 13 51
Tél. : +33 (0)6 68 55 92 69
a.convert@nic-impex.com



MOVEMENT FRANCE
3S Sports Solutions Services
5, avenue du Pré-Félin
74940 Annecy-le-Vieux
Tél. : +33 (0)4 50 01 06 14
commercial.france@movementskis.com



TECNICA GROUP France
20, rue du Pré-Faucon
74940 Annecy-le-Vieux
Tél. : +33 (0)4 50 64 10 00
Sales manager
Stéphanie BLOCH
Tél. : +33 (0)6 88 56 67 35
stephanie.bloch@nordica.fr



GB DIFFUSION
ZAE de la Tuilerie
104, Impasse des Marais
74410 Saint-Jorioz
Tél. : +33 (0)4 50 64 45 00
info@diezz-sport.com
https://raccoonskis.com/fr-fr



REUSCH INTERNATIONAL SpA - AG
Filiale di Vignate
Via del Lavoro 26
20052 Vignate (Mi)
ITALIE
Service commercial
Miriam RIVOLTA
Tél. : +39 02 92 10 67 61 - int.926
m.rivolta@reusch.com



ROME SNOWBOARDS
SLAB DISTRIBUTION
Distributeur et Agent
Général France
Frédéric BERTRAND
Tél. : +33 (0)6 30 47 97 99
frederic.bertrand@gmail.com

ROSSIGNOL

SKIS ROSSIGNOL SAS

98, rue Louis-Barran
38430 Saint-Jean-de-Moirans
Service client France
Tél. : +33 (0)4 38 03 80 38

SALOMON

SALOMON

Responsable commercial SOFT
Rémy MUNCH
remy.munch@salomon.com
Tél. : +33 (0)6 66 29 45 26
Responsable commercial WINTER
Gilles DEL GRANDE
gilles.del-grande@salomon.com
Tél. : +33 (0)6 64 54 66 82

SALOMON

SALOMON SNOWBOARD

SLAB Distribution
Sébastien Boyoud
Tél. : +33 (0)6 14 76 68 22
sebastienboyoud@hotmail.fr



SPORTAIR

Michael HUTIN
michael@sportair.fr
Tél. : +33 (0)4 58 58 23 10
Tél. : +33 (0)6 40 22 83 85



THERM-IC

18, rue Léon Béridot
38500 Voiron
Florence DESTIN
Tél. : +33(0)6 42 85 23 53
destin@sidas.com



MARKER DALBELLO

VOLKL France SAS
8, rue du Pré Closet
74940 Annecy-le-Vieux

RETROUVEZ L'ACTU VÉLO
sur notre **SITE INTERNET**

www.sporteco.com



Actualités



Emplois



Archives



Evènements



Abonnez-vous
en ligne



SPORTéco

□ 1 an 79€ TTC
□ 2 ans 180€ TTC

BIKEéco
&
SPORTéco

□ 1 an 119€ TTC
□ 2 ans 275€ TTC



SPORTéco

n°854 / 8 janvier 2026
9 euros

Le journal indépendant
des magasins de vélos

Edité par Canal Sport Sarl
Reg. Comm. Creteil 331293076
capital social de 7.622 €

Siège social et rédaction
54, Rue du Faubourg Saint Antoine
75012 Paris

**Gérant et directeur
de la publication**

Jean-Christophe Thiollet
thiollet@sporteco.com

Rédacteur en chef

Yohan Finkiel
finkiel@sporteco.com

Ont collaboré à ce numéro

Baptiste Blanchet,
Guillaume Guémas
et Nils Pouilloux

Chef de publicité

Jean-Christophe Thiollet
Tél. : 06 69 23 58 30
thiollet@sporteco.com

Assistante de publicité

Amandine Rignault
Tél. : 01 41 79 19 39
pub@sporteco.com

Abonnement

France : 49 €/an
Etranger : 65 €/an
abo@sporteco.com

Création artistique

Simon Timbert

Impression

Grafik Plus

14, rue J. et E. Montgolfier
93110 Rosny-sous-Bois



N° de Commission Paritaire
0725 T 85088 - ISSN : 0296-4961
Dépôt légal : 8 janvier 2026

Membre du



Toute reproduction des textes
et des illustrations soumise
à autorisation préalable
de la direction



WE
ARE
VÖLKL