

Communication

Les nouveaux habits de Fusalp



Reprise par Joël Gleyze en 2006, Fusalp s'offre une nouvelle identité visuelle. La marque, qui a plus de 50 ans d'existence, a ressorti de ses cartons son logo des années 70 et l'a fait retravailler par une agence de graphisme. Le résultat est un visuel épuré avec un code couleur orange qui veut affirmer le style et la modernité de Fusalp. La marque renforce également sa communication avec un budget qui est passé de 2,5 à 5% du CA (10 M€ de CA en 2007). Elle concentre ses moyens sur la montagne avec un affichage dans les remontées mécaniques d'une cinquantaine de stations, des

campagnes abribus dans les grandes villes montagnardes (Chambéry, Lyon, Grenoble, Annecy) et un sponsoring de la météo montagne sur internet. « Nous voulons faire ressortir la créativité de Fusalp et la valeur ajoutée qu'elle apporte », précise Joël Gleyze. Par ailleurs, la marque veut booster le développement de ses points de vente à l'enseigne, affiliés ou en propre. Son objectif est d'affilier un distributeur dans chaque station française (et dans certaines stations étrangères) comme c'est déjà le cas aux Arcs, aux Ménuires, au Grand Bornand ou à La Clusaz. Ces affiliés devraient être au nombre de 12 fin 2008, puis passer à 25 fin 2009 et 45 fin 2010. Du côté des magasins en propre, un nouveau point de vente (80 m²) a été ouvert à Grenoble en décembre, le magasin d'Annecy, quant à lui, devrait bientôt doubler sa surface. Fusalp souhaite également s'installer à Chamonix, à Lyon et à Strasbourg. La marque accompagne cette expansion d'un concept de mobilier, d'animations magasin, de merchandising et d'une gestion informatisée. Joël Gleyze souhaite réaliser 30% du CA avec l'activité retail. Par ailleurs, Fusalp a confié une licence pour les accessoires (coiffants, gants et chaussettes) à la société Pegabox Distribution. La marque songe également à élargir son offre avec des chaussures et des lunettes.