



**Benjamin Dupont, responsable achat chez Glisshop**

# Garder les pieds sur terre

A l'automne 2015, par connaissance interposée, Benjamin Dupont rencontrait Frédéric Morel, Pdg de Glisshop. Alors que site de vente en ligne souhaitait s'investir dans les disciplines nordiques, Benjamin Dupont et Simon Fourcade avaient pour projet de lancer un site spécialisé. Quelques jours plus tard, la page Simon Fourcade Nordic by Glisshop était née. Le site propose sans doute l'offre la plus large d'Europe.

## Pourquoi s'être associé à Glisshop ?

L'association de compétences avec le savoir-faire de Glisshop sur le e-commerce, sa plateforme logistique, son expérience sur le marché et nos connaissances à Simon et moi-même dans le domaine des activités nordiques était cohérente. Simon ajoutait une image qui rendait directement le site très attractif et nous voulions tous profiter des dernières années de sa carrière pour lancer ce projet. Nous sommes la famille de produits la plus jeune au sein de Glisshop. Nous avons réussi à exister en très peu de temps sur ce marché. Nous avons encore une grosse marge de progression.

## Quel est le rôle de Simon Fourcade dans ce projet ?

Simon fait partie intégrante du projet de base puisqu'il l'a monté avec moi, et nous l'avons ensuite développé avec l'aide de Glisshop. Il participe aux décisions stratégiques et à la communication notamment sur les réseaux sociaux. Simon nous permet de garder un pied dans l'univers du haut niveau grâce au poste d'entraîneur de l'équipe de France de biathlon junior qu'il occupe depuis la fin de sa carrière. Cela nous offre la possibilité d'exprimer des points de vue différents et de faire une synthèse cohérente afin de proposer à notre clientèle une offre complète.

## Avant la crise, quel était votre regard sur ce marché ?

Le marché du ski de fond n'est pas toujours le plus simple. Il est souvent désavantagé par le manque de neige, car il se pratique beaucoup en moyenne montagne (Jura, Vercors, Vosges). Il nous faut jongler avec les aléas climatiques.

Depuis l'arrivée du biathlon sur une chaîne de télévision gratuite, il y a un réel engouement pour la discipline. Cependant, cela ne veut pas dire que toutes ces personnes seront prêtes à investir dans du matériel.

## Le ski alpin étant interdit pour le moment, avez-vous déjà constaté dans votre activité un engouement pour le ski de fond ?

Oui, il y a une hausse significative depuis le 20 novembre. Cela dit, il ne faut pas se laisser griser par ce type de forte hausse sur une période aussi courte. Nous savons bien qu'elle est le résultat de circonstances exceptionnelles. Janvier et février sont de gros mois d'activité pour nous, si la neige venait à manquer, cela gommerait en grande partie notre bon début d'exercice. Ce qui nous fait dire que cette hausse est à prendre avec du recul, c'est que nous vendons beaucoup plus d'équipements loisir que d'habitude. Nous espérons juste que les personnes qui investissent actuellement dans du matériel prendront goût au ski de fond et deviendront petit à petit des mordus de la pratique. Attirer de nouveaux pratiquants est l'un des plus gros challenges que nous nous sommes lancés à notre ouverture.

**J'aimerais pouvoir vous dire que le ski de fond pourra compenser les difficultés rencontrées par le milieu du ski alpin, mais cela relève de l'utopie.**



Benjamin Dupont et Simon Fourcade, partenaires de glisse depuis 1994 et aujourd'hui associés avec Glisshop dans le projet Simon Fourcade Nordic by Glisshop.

## Dans quelle mesure, cette bonne dynamique peut-elle sauver la saison pour vous ?

C'est une question difficile. Disons que ce qui est pris n'est plus à prendre. Mais nous sommes lucides quant à la situation. Si la météo venait à changer et la neige se faire rare, le ralentissement du business serait tout aussi net que la période faste qui l'a précédé. Nous pouvons d'ores et déjà dire que nous faisons un début de saison exceptionnel, mais c'est sur la ligne d'arrivée que nous pourrions voir si les circonstances actuelles ont été un véritable plus. J'aimerais pouvoir vous dire que le ski de fond pourra compenser les difficultés rencontrées par le milieu du ski alpin, mais cela relève de l'utopie. La base de skieurs est bien inférieure en ski nordique.

## Avez-vous peur que d'autres acteurs de la distribution s'y intéressent à l'avenir ?

De notre point de vue, c'est difficile de se lancer dans le ski de fond sans le connaître. Si certains décident de s'y lancer, disons qu'il faudra qu'ils soient bien accompagnés. L'offre en France est déjà

assez importante avec des enseignes très techniques, d'autres plus généralistes. Les enjeux sont assez simples. L'objectif est-il de vendre mieux et de fidéliser ou au contraire de vendre plus sur du one shot ? Dans cette perspective, il y a une notion de responsabilisation du client qui devra peut-être faire le choix entre des enseignes spécialistes et/ou historiques et de la grande distribution comme c'est le cas pour nombre d'autres produits.

## Comment allez-vous réaliser vos achats pour l'hiver prochain ?

Nous ne nous laissons pas griser par cette période exceptionnelle. Nous devons garder les pieds sur terre. Nous ne devons pas perdre de vue que la neige est un élément indissociable de la pratique et que sans elle vendre du matériel est très compliqué... Nous allons faire en sorte de bien analyser nos ventes, en espérant avoir fidélisé un maximum de clients cette saison. Nous devons rester prudents et ne pas faire des achats insensés alors que nous ne savons pas de quoi demain sera fait.

Propos recueillis par Yohan Finkiel