



■ Espace Marathon a fermé le 17 octobre. Photo D.M.

Fermeture

« Il existe un potentiel à Nancy »

Gérant d'Espace Marathon (EM), Nicolas Tanzi a été contraint de tirer le rideau au 17 octobre. Une fermeture qui a surpris chez les amateurs de course à pied, tant l'enseigne était fortement implantée dans la discipline et dans la ville. Explications. « Depuis le 20 décembre 2011, nous étions en redressement judiciaire, nous étions confiants et puis la décision du tribunal de commerce est tombée, malgré tout. La liquidation est en cours et le liquidateur se charge de rembourser les créanciers », indique Nicolas Tanzi. Le chef d'entreprise gérait l'affaire depuis avril 2007 avec son frère et employait deux salariés à mi-temps. « Avec le redressement judiciaire, certains fournisseurs ont perdu confiance donc nous ne disposions plus d'un stock suffisant pour satisfaire la demande des clients. C'est le chat qui se mord la queue... » Au poids du rachat du fonds de commerce (215.000 €), le rachat du stock (70.000 €), le loyer mensuel des 160 m² du 34, rue des Carmes (2.300 €), viendra s'ajouter l'arrivée du concurrent Endurance Shop en décembre 2006, la concurrence d'Internet dans un contexte de crise économique

et pour ne rien arranger, un important redressement fiscal portant sur le partenariat entre EM et un team de 25 coureurs équipés gratuitement, de la tête aux pieds, par l'enseigne. « À l'instant T du rachat, le fonds ne valait plus ce prix-là », indique avec le recul, le gérant. « Endurance Shop venait de créer un appel d'air et on a mal su le gérer. Lui comme moi avons dû abimer nos marges dans cette petite guerre. Et puis je pense qu'aujourd'hui, tous les magasins spécialisés doivent se méfier d'une grande surface comme Décathlon qui a fortement progressé dans ce secteur. » L'Internet a contribué également à l'état de forme décroissant d'EM. « Les tarifs attractifs sur le Net ne sont pas disponibles en magasin. L'avenir dans cette activité est à la vente en ligne. Avec un show-room en guise de vitrine car les gens aiment toucher les produits. » En marathonien qui se respecte, Nicolas Tanzi saura rebondir après ce « traumatisme ». « Il existe un potentiel à Nancy, énormément de gens courent. » Aux nouveaux commerçants de savoir les arrêter. **A.T.**

Textes Alain THIESSÉ

Photos Patrice SAUCOURT, Denis MOUSTY et Michel FRITSCH

Espace Marathon A Nancy depuis 30 ans, l'enseigne incontournable des coureurs vient d'être liquidée. Un ancien salarié passionné de course à pied veut lui redonner un nouveau souffle. Sur le Net et en compétition

L'e-marathon entre dans la course

UN PAPIER KRAFT TIRÉ SUR LA VITRINE. Plus un seul coureur ne s'échappe en petites foulées du 34, rue des Carmes pour un essai, in vivo, de ses futures baskets. De battre, le cœur d'Espace Marathon (EM) s'est arrêté. En faillite, Nicolas Tanzi, le gérant et ses deux salariés, a été contraint d'abandonner. La mort dans l'âme (lire par ailleurs).

La fin d'une histoire débutée en 1983, par un certain Francis Waesel. Il y 30 ans, la mode du jogging déplaçait les masses et les courses sur route drainaient chaque week-end des milliers de coureurs. Du pain béni pour voir prospérer EM, à l'époque, la seule enseigne spécialisée à Nancy. C'était avant que le phénomène ne se tasse. Avant la concurrence. Avant Internet. Avant Laurent Wernet.

À 31 ans, cet ex-salarié d'EM (2001-2004), aujourd'hui courtier en assurances au Luxembourg et domicilié à Longwy, a choisi de ressusciter Espace Marathon. Sur la toile, sous le statut d'auto-entrepreneur. « Je ne pouvais pas laisser mourir l'esprit EM, c'est affectif... », lâche cet excellent coureur (32'50" sur 10 km et 1 h 13" sur semi-marathon), qui a lui-même créé, il y a un mois et avec l'aide d'un ami coureur, le site internet (www.e-marathon.fr). Comme un clin d'œil au 34, rue des Carmes. « Je vends six marques de running et du textile. Avec la volonté de relancer des marques qu'on ne trouve plus en France mais qui sont très performantes », précise ce titulaire d'un DUT commerce. Sa cible : les compétiteurs et plus largement, les pratiquants assidus. Objectif : « Essayer de réduire le risque de blessures pour ceux qui courent beaucoup en leur apportant

un conseil très personnalisé », assure Laurent Wernet. « Beaucoup achètent sur Internet mais peuvent se tromper dans la taille ou le contrôle d'appuis du modèle qu'ils auront retenu. Mon concept : faire de l'Internet de proximité. »

« Depuis des années, on fait croire à tort au coureur qu'il a besoin d'un gros amorti »

Autrement dit, le client peut envoyer un mail à LW et l'interroger sur le modèle qu'il aura choisi. « Je lui répondrai dans les 10 minutes en lui demandant des précisions sur son poids, sa taille... et lui proposerai une rencontre pour analyser l'usure de son ancienne paire de manière à identifier sa façon de courir avant de l'orienter sur le modèle le plus adapté à son profil. Je ne veux pas vendre pour vendre. » L'auto-entrepreneur ambitionne de libérer le coureur du marketing et de la mode qui font la part belle aux modèles colorés et équipés d'une volumineuse semelle. « Depuis des années, on fait croire à tort au coureur qu'il a besoin d'un gros amorti. C'est peut-être valable pour un athlète lourd (85 kg) mais la plupart n'atteignent pas ce poids. Trop se protéger, c'est aussi se fragiliser. Une chaussure avec un gros amorti arrière aura tendance à modifier la foulée naturelle. Le coureur va s'écraser sur le talon. Il lui faut réapprendre à courir plus léger, avec une attaque sur l'avant du pied. C'est un nouveau courant qui fait son chemin. »

À l'avenir, LW projette d'organiser des stages « pour réapprendre à courir ». Avec l'aide de podologues, de kinésithérapeu-



■ Laurent Wernet a repris l'esprit Espace Marathon sur le Net avec e-marathon. En attendant d'avoir pignon sur rue. Photo P.S.

tes... Un autre service de la boutique virtuelle qui, outre l'ambition d'avoir pignon sur rue en banlieue de Nancy dans un futur proche, conserve déjà un pied dans le réel. « Je vais tenir un stand dans les compétitions en Lorraine. J'ai déjà contacté les organisateurs et 80 % d'entre eux sont OK. » Un team composé d'une vingtaine d'ex-athlètes, qui évoluaient sous la bannière Endurance Shop et Espace Marathon, servira de vitrine. Visiblement, l'e-marathon n'a pas fini de courir. **A.T.**

L'arrivée de Bob Tahri ?

► Recordman d'Europe du 3.000 m steeple mais aussi homme d'affaires - il a ouvert Run by Tahri, enseigne spécialisée de running au 4, rue Change à Metz - Bouabdellah Tahri cherche à s'implanter prochainement à Nancy. Profitant du trou d'air laissé par les fermetures d'Endurance Shop et Espace Marathon. « Je vous confirme, c'est dans les tuyaux mais je ne peux pas en dire plus pour l'instant... », explique le frère de Bob, à la gérance du magasin de Metz. L'international lorrain dispose également d'une boutique en ligne « Run by Tahri » depuis un an. La star de l'athlétisme français ne serait pas le seul à lorgner du côté de la cité Stanislas : Espace Marathon Strasbourg et son concurrent alsacien Jog'R, auraient également des fourmis dans les jambes. **A.T.**

Décathlon Création d'un espace pour les trailers à Houdemont Prendre le train du trail



■ Francisco Bento et Cécile Robert font vivre le running chez Décathlon. Photo M.F.

LE TRAIL OU COURSE À PIED EN NATURE (chemin forestier, relief accidenté, montagne...) gagne du terrain. Et le cœur des amateurs de course à pied. La course sur route, qui a longtemps tenu le haut du bitume, tremble sur ses deux mollets. Dans l'agglomération nancéienne et plus largement en Lorraine, le trail trace son chemin à vitesse grand V. Laxou, création de l'association World Trailander, Trail des lumières à Villers, organisation du Trail blanc le 3 février dans les Vosges... L'offre explose. Décathlon ne pouvait pas regarder passer le train des trailers sans raccrocher le wagon. D'autant que la course à pied représente à elle seule quelque 11 % du chiffre d'affaires de l'enseigne avec seulement 80 m² linéaires qui lui sont consacrés.

Depuis le 24 novembre, la grande surface houdemontaise a créé un nouvel espace entièrement dédié au trail. « Le linéaire sera encore développé et passera à 18 m en février », annonce Cécile Robert, la responsable du rayon running. « La pratique est en

pleine croissance et nous avons choisi de montrer notre expertise en proposant des produits techniques. » À propos des chaussures (davantage crantées et rigides) le trailer y retrouvera les deux marques Décathlon mais également deux griffes spécialisées dans la discipline ainsi qu'une gamme de textiles et accessoires.

La course à la machine

Toujours au rayon nouveautés, outre des semelles thermofonnées, l'hyper du sport affûte son service et dès janvier va proposer gratuitement aux coureurs un outil d'analyse de foulée à l'instar de certaines enseignes spécialisées. « Le client entrera ses données (poids, taille...) sur une borne interactive et devra ensuite passer en courant sur une plaque-scanner. Tout cela en totale autonomie », annonce Francisco Bento, vendeur « pilier ». Après avoir digéré tous ces paramètres, la machine proposera des modèles adaptés. Une aide supplémentaire à la décision même si rien ne vaut l'œil humain. Celui de Francisco Bento est

particulièrement aiguisé. Ancien sprinter (10'8 sur 100 m) et marathonien (3 h 28'), le vendeur arpente les rayons running hommes et femmes - cinq marques à se mettre sous le pied - de Décathlon depuis 15 ans. Il forme également tous les vendeurs de la région Est à la technicité des chaussures. Chaque année et ce durant huit jours, le vendeur-coureur est l'envoyé spécial de Décathlon auprès des marques qui organisent des essais découverte de leurs nouveautés. « Je teste toutes les chaussures qu'on va vendre en magasin », précise Francisco qui à cette occasion, côtoie, lors des footing-tests, des pointures de l'athlétisme. « À Décathlon, on ne cherche pas l'élite même si l'on dispose de produits très pointus. Pour 80 % de nos clients c'est de la course plaisir. À un prix concurrentiel. Un coureur régulier peut trouver un bon produit dès 100 €. »

Pour bien vendre, Décathlon ne privilégie pas seulement la forme mais met l'accent sur le fond. Le prix à payer pour ne pas rester sur le quai. **A.T.**

Endurance Shop Rideau sur l'enseigne de Nancy qui tente de rebondir à Villers

« Une image trop élitiste »

ABANDONNER, IL NE SAIT PAS FAIRE, Eric Bernot. Triathlète de bon niveau, celui qui gérait la boutique Endurance Shop au 12, boulevard d'Haussonville, a dû néanmoins jeter l'éponge. Après cinq ans d'exercice. Le tiroir-casse à bout de souffle. Les mauvaises langues diront que « l'ironman » ne pouvait pas mener de front un entraînement de pointe et une activité commerciale performante.

Si l'adepte du triple effort a renoncé, l'enseigne, elle, est toujours dans la course. Avec David Guetz, 39 ans, un autre « passionné de sport » bien décidé à relancer le logo aux trois flèches vertes. Le marathonien (3 h 30' à Paris) a racheté la franchise au 1^{er} septembre, a poussé les murs de « Forme et Nutrition » de l'avenue Malraux à Villers-lès-Nancy pour y installer chaussures de running (cinq marques), vêtements et équipements de course à pied à l'étage. « J'ai créé Forme et Nutrition il y a 4 ans pour répondre à un besoin en produits diététiques multisports », observe cet ancien cuisinier qui, dans « une première vie », a officié durant 4 ans en Angleterre puis 8 ans en Allemagne en tant que chef de cuisine.

« À Nancy, deux enseignes spécialisées ne pouvaient pas survivre »

« À Nancy, l'image du running était selon moi trop élitiste. Si vous n'aviez pas un certain niveau, on ne vous considérait pas ou si peu, dans les boutiques spécialisées. Avec Endurance Shop, je veux casser cette image. Je serai le conseil de tous. Avec le même égard. J'irai à la rencontre des athlètes sur le terrain, le dimanche. Pas question de vendre à un débutant un GPS qui ressemble à une usine à gaz alors qu'il n'utilisera pas 50 % des fonctions », précise le technicien, adepte de VTT, fitness et triathlon. Il a décidé de ne pas facturer à ses clients l'essai de chaussures sur tapis



■ David Guetz veut donner une seconde vie et une autre image à Endurance Shop. Photo P.S.

roulant équipé d'une caméra. Une technologie destinée à définir le profil de la foulée - supinatrice ou pronatrice - de manière à identifier le produit le plus adapté à chaque coureur. « Cette analyse de la foulée était facturée 15 €. Je souhaite m'inscrire dans une relation de confiance avec le client, une sorte de contrat moral. S'il vient chez moi, ce n'est pas uniquement pour prendre des conseils et aller ensuite acheter sur internet... » Pour autant, David Guetz n'est pas un utopiste. Il sait que c'est pratique couran-

te. Mais il n'en a cure. Il privilégie la proximité, l'humain. Le partenariat, qui liait son prédécesseur à une vingtaine d'athlètes, n'a pas été reconduit. Des coureurs qui, chaque dimanche, faisaient briller le logo d'Endurance Shop aux avant-postes des pelotons de course sur route. « Je ne fais pas de mécénat. J'ai reconduit le contrat d'un seul athlète. Quelqu'un, qui à mes yeux, outre ses performances, véhicule de fortes valeurs humaines et sportives. »

Le nouveau Monsieur Endurance Shop s'est donné

cinq ans pour réussir son pari dans le petit local qui lui appartient, à Villers, face à La Poste. « À Nancy, deux enseignes spécialisées ne pouvaient pas survivre surtout en se tirant la bourre à coups de remises à 20 %. Actuellement, je suis le seul sur la place. Je paye une vendeuse 32h/semaine mais je ne me verse pas de salaire. » C'est son autre job - agent immobilier - qui fait bouillir la marmite. On vous l'a dit. David Guetz a plusieurs vies. Mais une seule passion : celle du sport. **A.T.**