

On, nouveau champion du sport mondial

Titre(s): On, nouveau champion du sport mondial [[periodique]] / Baptiste Langlois

Ensemble: Express (L') 3906

Auteur(s): Langlois, Baptiste

Editeur, producteur: 13/05/26

Description matérielle: pp.60-61

ISSN: 0014-5270

Note sur la description matérielle: 2

Résumé ou extrait: La marque suisse On, créée en 2010, s'est imposée en une quinzaine d'années parmi les équipementiers sportifs les plus visibles au monde grâce à un positionnement haut de gamme, un design minimaliste et des innovations techniques comme la semelle CloudTec et la technologie LightSpray, qui permet de fabriquer en trois minutes la partie supérieure d'une chaussure d'un seul tenant. Sa progression s'inscrit dans un marché du running toujours très dynamique depuis la fin des années 2010 et la période Covid. La victoire de l'Italien Yemaneberhan Crippa au marathon de Paris, en 2 h 05 min 19 s, avec cinq secondes d'avance sur Bayelign Teshager, a servi de vitrine à la marque, dans une épreuve qui a réuni 58 880 participants, un record. On a réalisé 3,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires l'an dernier, en hausse de près de 30 %, et affiche une capitalisation d'environ 10,5 milliards d'euros, supérieure à celle de Puma. L'entreprise compte environ 4 000 salariés dans le monde, dont plus de 1 000 au siège zurichois. Sa stratégie combine un réseau sélectif de distributeurs, comme Citadium et les Galeries Lafayette, et 60 magasins dans le monde, dont 10 en Europe et 2 à Paris. Le textile représente encore moins de 10 % du chiffre d'affaires, mais constitue un axe majeur de développement; en France, plus de la moitié des clients ont moins de 35 ans. La marque a renforcé son image grâce à l'entrée de Roger Federer au capital en 2019 et à des ambassadeurs de premier plan, du tennis à la mode, comme Zendaya. Son expansion n'est toutefois pas exempte de critiques: prix élevés, marges supérieures à celles des concurrents et accusations de greenwashing autour du programme d'abonnement Cyclon, lancé en 2022. Après une enquête indiquant qu'aucune chaussure n'avait encore été recyclée deux ans après le lancement, On affirme que le recyclage est actif depuis août 2024. Le programme ne compte encore qu'environ 1 000 abonnés. L'entreprise vise désormais de nouveaux relais de croissance dans d'autres disciplines, comme le padel, le fitness, l'hyrox, l'escalade, le yoga ou le ski....

Sujet - Nom commun: Articles de sport -- Suisse

Chaussures de course -- Technologie

Semelles de chaussures -- Technologie

Vêtements de sport