

Pour ses 70 ans, Fusalp part à la conquête de l'Amérique

La marque historique de vêtements de ski Fusalp s'apprête à s'implanter outre-Atlantique en novembre. L'entreprise fondée en 1952, a été rachetée en 2013 par deux petits-enfants de René Lacoste après un dépôt de bilan et de nombreuses difficultés. Elle s'est relancée avec un positionnement plus haut de gamme et plus large que la montagne.



Fusalp réalise 53 % de son chiffre d'affaires dans ses 49 boutiques (ici à Bruxelles), pour moitié en France. (Fusalp)

Par [Florian Espalieu](#)

Publié le 11 avr. 2022

A l'aube de ses 70 ans, Fusalp affirme sa vitalité. La marque emblématique de vêtements de ski, fondée en 1952 à Annecy, s'apprête à partir à la conquête de l'Amérique. Elle ouvrira en novembre 2022 son premier magasin aux USA dans la station d'Aspen. Avant une autre boutique prévue pour 2023 à New-York. Et elle table cette année sur un chiffre d'affaires estimé à 40 millions d'euros, soit le double de ceux des années précédentes, d'une vingtaine de millions, l'activité ayant été fortement affectée par la crise sanitaire et la fermeture des stations de ski.

L'entreprise textile au passé prestigieux revient pourtant de loin. Tenue officielle de l'équipe de France à l'âge d'or du ski tricolore, Fusalp habillait les soeurs Goitschel lors de leur « double doublé » aux Jeux Olympiques d'Innsbruck en 1964 et Jean-Claude Killy lors de son triplé en or quatre ans plus tard à Grenoble. L'époque est au développement des stations de montagne et des sports d'hiver, sous l'impulsion des plans neige de l'Etat, de 1964 à 1977. Durant deux décennies, le nombre de skieurs en France est ainsi multiplié par quatre.

L'âge d'or du ski

Fusalp suit la même dynamique et emploie plus de 1.000 salariés dans les années 1980. Son succès attise les convoitises et l'entreprise est reprise en 1976 par le célèbre baron Empain. Deux ans plus tard, ce dernier est enlevé puis relâché par ses ravisseurs. Mais l'homme d'affaires vend ses parts dans ses sociétés et coupe les ponts. C'est le début des difficultés pour l'entreprise qui dépose le bilan en 1984. Rachetée au tribunal de commerce puis revendue plusieurs fois, elle est finalement sauvée en décembre 2013 par deux petits-enfants du fameux joueur de tennis René Lacoste, Sophie et son frère Philippe qui rachètent la société avec Alexandre Fauvet, un ancien de la marque au crocodile.

A l'époque, l'entreprise ne compte plus qu'une trentaine de salariés, réalise un chiffre d'affaires de 6 millions d'euros, mais en perd près de 600.000... « Elle perdait de l'argent, mais conservait un fort savoir-faire en interne », se souvient Philippe Lacoste. Un programme, notamment d'intéressement aux résultats futurs, est mis en place pour conserver les compétences. A une exception près, tous les employés restent.

Technicité et style

La nouvelle direction réorganise aussi la stratégie. [La marque est repositionnée](#) sur des standards haut de gamme, voire luxe. « Garder l'aspect technicité, avec du style », résume Sophie Lacoste. Une nouvelle collection dessinée par Mathilde, la femme de Philippe, voit le jour deux ans plus tard. S'affirme aussi la volonté d'avoir, à l'heure du réchauffement climatique, des vêtements plus polyvalents, pouvant également être portés à la ville. Comme en témoignent les collaborations avec Colette en 2014, puis avec Chloé entre 2020 et 2022.

Une première boutique est ouverte en octobre 2015, dans le quartier du Marais à Paris. « Un signal fort montrant notre projet global d'aller vers l'international », explique Alexandre Fauvet, directeur général de Fusalp. Les premiers résultats sont encourageants et les comptes repassent dans le vert. Une fois ceux-ci consolidés, le développement commence réellement en 2018. Il s'accompagne ensuite de quelques augmentations de capital pour le porter à 4,7 millions d'euros.

Relocalisation et savoir-faire

Une partie de la production, 100 % asiatique en 2013, est relocalisée : 55 % se font désormais en Europe, principalement au Portugal. « Plus de la moitié de notre coût est celui des matières, la façon ne représente qu'environ 20 %. Mais [le savoir-faire pour du textile technique](#) n'existe plus en France », regrette Philippe Lacoste. « Cela peut revenir avec de la volonté et du temps : une dizaine d'années sera nécessaire. A long terme, nous souhaiterions aussi fabriquer là où on vend, pour être moins tributaire de délais d'approvisionnement supérieur à un an pour la Chine », poursuit le dirigeant.

L'entreprise emploie aujourd'hui 70 personnes à Annecy et environ 200 dans le monde. Notamment dans ses 49 boutiques, pour moitié en France où sont réalisés 53 % du chiffre d'affaires. La marque est distribuée dans 400 points de vente dans 22 pays. L'objectif est de porter en 2026 aux deux tiers l'activité à l'exportation.