

« L'escalade n'étant pas un sport d'hiver, nous n'aurons pas de retombées directes. Mais le développement des stations de skis est intéressant pour nous. Les stations chinoises s'adressent à un public familial qui va skier une partie de la journée mais qui cherchera d'autres activités pendant son séjour. D'où la possibilité d'équiper ces stations avec nos activités de loisirs Clip'n Climb et des murs d'escalade. »

AVEC LES JEUX OLYMPIQUES NOUS ESPÉRONS DES

D'HIVER DE PÉKIN RETOMBÉES DIRECTES



INTERVIEW

BENOIT BEYLIER

Sportainment & Climbing Division
Entre-Prises - Groupe ABEO

Quelles sont les activités de Entre-Prises Climbing en Chine ?

Entre-Prises est présent en Chine depuis une dizaine d'années. Nous développons le marché domestique avec une production locale qui permet de nous positionner au niveau du marché, tout en restant sur le haut de gamme et la compétition. Nous avons également une gamme complète de prises qui permettent de vendre des produits dans la durée à nos clients.

En plus de l'escalade classique, nous avons une gamme de produits d'escalade ludique (Clip'n Climb) que l'on retrouve dans les centres de loisirs ou les malls.

Quelles sont, sur votre secteur, les particularités du marché chinois ?

L'escalade est un sport jeune en Chine. Il n'y a pas de « culture grimpe » comme on trouve en France, en Suisse ou en Autriche. Par conséquent, le marché se développe grâce à des installations dans les universités et les écoles. Le réseau de

salles d'escalade en est encore au stade embryonnaire, mais le potentiel est présent. Ce manque de connaissance génère de temps en temps des erreurs et des insatisfactions. On voit des projets bâclés par des fabricants locaux qui font un mur pour répondre à un appel d'offre, mais qui ne se posent pas la question de l'aspect grimpeable du mur. C'est dommage car cela crée des frustrations et des insatisfactions qui nuisent au développement de l'escalade.

La présence aux Jeux Olympiques de Tokyo, qui est une première pour l'escalade, a permis à notre sport de passer une étape. A partir du moment où il y a des médailles potentielles, le gouvernement chinois et le ministère des sports débloquent des budgets et mettent en place des cellules régionales de recrutement des jeunes talents. De manière naturelle, cela amène à une augmentation des infrastructures pour pratiquer l'escalade.

Qui pratique l'escalade en Chine ?

Le sport étant tiré par le milieu scolaire et universitaire, on trouve beaucoup de jeunes pratiquants. La présence d'athlète chinois aux JO de Tokyo et lors des coupes du monde a augmenté l'intérêt des jeunes pour ce sport et ce sont eux qui seront les premiers utilisateurs des futures salles. Mais on trouve également des personnes d'âge intermédiaire qui ont une expérience montagnarde et ils viennent pratiquer pour continuer cette pratique outdoor sur des structures artificielles.

Quelles sont vos perspectives de développement en Chine ?

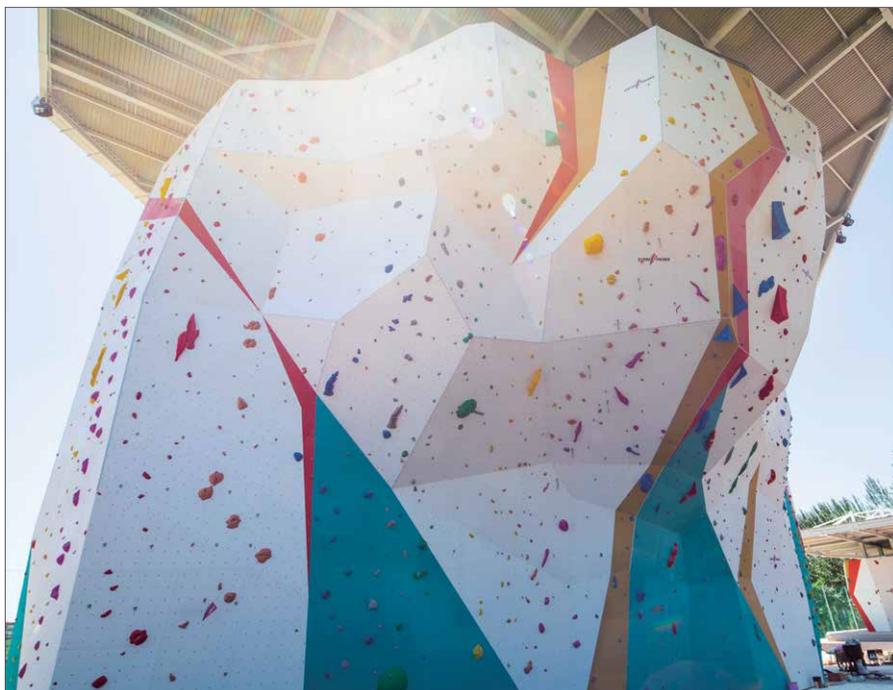
Notre objectif est d'étendre notre couverture géographique et de continuer à équiper les universités, les écoles et les salles d'escalade. Le volume du marché va augmenter de manière forte et nous essayons de capter ces demandes via une offre qualitative. Entre-Prises

fait partie du Groupe ABEO et nous avançons avec les autres divisions du Groupe via une nouvelle JV (Jin Ao) pour accélérer notre pénétration sur le marché local.

Un événement comme les JO d'hiver peut-il renforcer vos activités en Chine ?

L'escalade n'étant pas un sport d'hiver, nous n'aurons pas de retombées directes. Mais le développement des stations de skis est intéressant pour nous. Les stations chinoises s'adressent à un public familial qui va skier une partie de la journée mais qui cherchera d'autres activités pendant son séjour. D'où la possibilité d'équiper ces stations avec nos activités de loisirs Clip'n Climb et des murs d'escalade. Certains centres hôteliers comme le Club Med ont déjà des murs dans leurs hôtels chinois en station de ski.

Propos recueillis par P. TI



期待北京冬奥会 能带来立竿见影的效果



采访

BENOIT BEYLIER

ABEO集团昂特普利斯公司
运动娱乐与攀岩部

昂特普利斯在中国有哪些业务？

昂特普利斯在中国已布局十多年了。我们用中国生产的产品拓展国内市场，市场定位清晰。同时，我们一直致力于站在产品质量和竞争的最高峰。我们提供范围广、种类全的岩点，可以长期供货。除了经典的攀岩产品，我们还销售一系列休闲式攀岩产品，名为Clip'n Climb。各大商场和休闲中心都有这些产品的身影。

中国攀岩市场有哪些特点？

攀岩进入中国的时间不长，所以中国还没有产生像法国、瑞士或奥地利那样的“攀岩文化”。不过，在校园安装攀岩设施可以带动市场发展。攀岩馆现在仍处于起步阶段，还未成气候，但具有很大的潜力。缺乏攀岩知识会带来一些问题，让人心生不满。我们注意到，许多中国的攀岩墙制造商为了中标会草草搭建一堵攀岩墙，从未想过这面墙是否适合攀登。这样的行为会让大家都感到受挫，阻碍攀登运动的发展，非常可惜。

今年，在东京，攀岩运动首次出现在奥运会上。这标志着攀岩运动跨入了新的发展阶段。只要能获得奖牌，中国政府和体育总局就会拨出预算，设立吸纳青年攀岩好手的地方部门。那么，随之而来的应该是更多攀登基础设施的增加。

« 攀岩不是冬季运动，所以冬奥会应该不会带来直接的影响。但是，对我们来说，建造大量的滑雪场无疑是有利的。中国滑雪场的主流受众是在部分时间滑雪，剩下时间做些其它活动的家庭。因此，我们完全可以为滑雪场配备Clip'n Climb休闲活动和攀岩墙。一些像地中海俱乐部这样的度假村在滑雪场中建造了酒店，并已经安装了攀岩墙。»

在中国喜欢攀岩的是哪些人？

得益于中学和大学的推动，攀岩运动吸引了很多年轻人。中国运动员在东京奥运会和世界杯上的表现也让年轻人对攀岩产生了兴趣。因此，年轻人会成为未来攀岩馆的第一批顾客。我们发现也有些具有登山经验的中年人来练习。他们的目标是在户外人造结构上继续攀登。

你们在中国的发展前景如何？

我们希望扩大版图，继续为大学、中学和攀岩馆提供装备。今后，市场份额将会得到显著提升。我们力求通过提供高质量的服务来抓住新的需求。作为ABEO集团的旗下公司，昂特普利斯正和其他部门合作，通过建立新的合资公司加速占领中国市场。

像冬奥会这样的体育盛事是否会带来更多业务？

攀岩不是冬季运动，所以冬奥会应该不会带来直接的影响。但是，对我们来说，建造大量的滑雪场无疑是有利的。中国滑雪场的主流受众是在部分时间滑雪，剩下时间做些其它活动的家庭。因此，我们完全可以为滑雪场配备Clip'n Climb休闲活动和攀岩墙。一些像地中海俱乐部这样的度假村在滑雪场中建造了酒店，并已经安装了攀岩墙。

Benoit Beylier, ABEO集团昂特普利斯公司
运动娱乐与攀岩部

