



Arena, la marque qui fait corps avec l'eau

Né chez Adidas, Arena a su gagner son indépendance et devenir une marque à part entière. Elle est aujourd'hui un acteur majeur dans la natation.

- **1971** : Horst Dassler, fils du fondateur d'Adidas et P.D.G d'Adidas France, a l'idée de fonder une marque de maillots de bain. L'homme est en effet passionné par la natation. Les sept médailles d'or remportées par Mark Spitz aux Jeux Olympiques de Munich en 1972 transforment le rêve en réalité. Horst Dassler propose au champion de devenir l'ambassadeur mondial d'Arena.
- **1973** : naissance d'Arena au sein d'Adidas France. Au départ, seule une ligne de maillots de bain homme est proposée avec le lancement d'une collection à l'effigie de Mark Spitz. Les compétences du département R&D, associées à l'expérience, au talent et à la sensibilité du plus grand champion de natation de tous les temps donnent naissance à un tissu révolutionnaire : Skinfit®. Ce bijou de technologie, au poids de 18 grammes seulement, adhère au corps « comme une seconde peau ». Arena devient le partenaire privilégié de la Fédération Française de Natation.
- **1974** : Arena signe un accord de coopération avec la championne australienne Shane Gould. Elle donne son nom à un maillot de bain Arena.
- **1976** : Jeux Olympiques de Montréal. La marque lance sa première ligne de bonnets de bain et de lunettes de compétition. Cette année-là, elle crée un groupe d'athlètes internationaux. Baptisé « Arena Elite Team », il rescense dix champions. Ils sont sélectionnés pour fournir des éléments de travail et collaborer avec l'équipe Arena R&D. Il se compose de : Novella Calligaris (Italie), Mark Spitz (USA), Don Scholander (USA), Steve Furniss (USA), David Wilke (R-U), Shirley Babashoff (USA), Gary Hall (USA), Klaus Dibiasi (Italie), Ulrika Knape (SWE) et Miki King (USA).
- **1980** : Arena lance sa première collection de beachwear.
- **1983** : Arena lance ses premières collections de fitness et de gymnastique.
- **1988** : Arena lance sa première collection de surfwear.
- **1992** : Messieurs Chesi (Arena Italie) et Peemoller (Arena Allemagne) et la Bayerische LanderBank rachètent au groupe Adidas les droits de la marque Arena. De son côté, Descente achète les droits de distribution pour l'Asie.
- **1993** : création à Libourne près de Bordeaux du nouveau siège commercial d'Arena France. Il fait face à l'unique unité de production d'Arena International.
- **1995** : Arena France est partenaire de la Fédération Française de Triathlon et lance une ligne spécifique Triathlon.
- **1996** : Arena France devient partenaire de la Fédération Française de Gymnastique.
- **1999** : Arena lance ses premières collections "Sports Per-

formance & Sports Lifestyle".

- **2000** : Arena France met un terme au contrat de partenariat avec la Fédération Française de Gymnastique et avec la Fédération Française de Triathlon.

- **2001** : Arena décide de s'adosser à un fond de placement international, Investitori Associati pour poursuivre son développement. Le fond de placement choisit de s'appuyer sur le comité de management existant. Investissement BS Investimenti, un des principaux opérateurs en Italie, dans le secteur du capital-risque, acquiert 100% du Groupe Arena, acteur mondial du marché sport dans le waterwear.

- **2002** : Arena France ne reconduit pas son contrat de partenariat avec la Fédération Française de Natation. La filiale décide de concentrer ses investissements sur les nageurs et les clubs de natation.

Le groupe Arena décide quant à lui de développer le concept de waterwear. Le groupe se recentre sur son cœur de métier : le bain. Il décide de partager tous les plaisirs de l'eau avec son public masculin, féminin et junior. De la pratique la plus exigeante à la plus ludique. De la piscine à la mer.

- **2003** : Arena France signe un contrat avec Laure Manaudou jusqu'en 2008. La championne est membre du team Arena depuis 2001.

- **2004** : Arena International renouvelle pour quatre ans son contrat de partenariat avec la LEN (Ligue Européenne de Natation).

- **2006** : BS Private Equity acquiert 100% du Groupe Arena, leader mondial du marché du sport dans le domaine du waterwear. Certains managers du Groupe, avec à leur tête le CEO Cristiano Portas, ont été associés au rachat.

- **2007** : le Groupe Arena décide d'arrêter ses activités de production et de fermer ATDP, son unique site de production basé à Libourne. En effet, le marché mondial stagne. Il est aussi marqué par une concurrence acharnée et multiple entre les différents acteurs : marques de sport, distributeurs, spécialistes du bain...

Pour résister aux tensions du marché du bain, Arena doit pouvoir investir massivement en recherche et développement, marketing et présence commerciale. Ces investissements sont nécessaires pour assurer la pérennité de la marque.

Repères

Effectif Arena France :
47 salariés

La marque est distribuée
dans 75 pays

Effectif global Arena Group :
201 salariés



La compétition dès l'origine

Arena rime avec compétition. Depuis toujours la marque accompagne les exploits des nageurs dans le monde entier. Cette histoire est loin d'être terminée...

• **1974** : David Wilkie (GB) inaugure le maillot de bain Skinfit® lors des Championnats du Monde à Belgrade et remporte le titre (200 m brasse). Il devient par la suite recordman du monde et champion olympique en Skinfit® et décide de l'utiliser lors de toutes les compétitions. L'entrée d'Arena dans le monde de la compétition est remarquée.

• **1974** : Shane Gould, la célèbre nageuse australienne, signe un accord de coopération avec Arena, et donne son nom à la première collection de maillots de bain femme Arena.

• **De 1972 à 1976** : les nageurs sponsorisés par Arena remportent 44 médailles et 83 titres mondiaux.

• **1976** : JO de Montréal. Le team Arena est créé et regroupe dix nageurs, de Mark Spitz à Gary Hall.... Cette «dream team» décroche 44 médailles olympiques et 83 records.

• **1978** : Championnats du Monde à Berlin. La nageuse Chris Tracey Caulkins (USA) remporte cinq médailles d'or avec le maillot de bain Flyback®. Il s'agit du premier maillot au monde ouvert au niveau des épaules et du dos. La plupart des équipes nationales, dont le Canada, l'Allemagne de l'Ouest, la France, le Royaume-Uni, l'URSS, la Hongrie, la Pologne et la Tchécoslovaquie sont parrainées par Arena. Les athlètes portant la marque aux trois diamants sur leur équipement de natation totalisent 62 médailles (près de 75% des médailles disponibles) et établissent 9 nouveaux records mondiaux.

• **1980** : JO de Moscou. La marque lance le SuperFlyback®, un maillot de compétition pour femmes encore plus échancré au niveau du dos et des cuisses que le Flyback®. Objectif : offrir une plus grande amplitude au mouvement de battement des jambes et éliminer les tensions qui s'exercent sur le tissu au niveau du dos afin d'offrir une totale liberté de mouvements au niveau des bras. Arena sponsorise le "Duke Kahanamoku Surfing Classic"

à Hawaï et lance sa première collection beachwear.

• **1983** : Arena sponsorise les principales équipes mondiales de gymnastique : la Chine, la Hongrie, l'Italie et l'URSS.

• **1984** : Arena est fournisseur officiel de maillots de bain aux Jeux Olympiques de Los Angeles.

• **1988** : Jeux Olympiques de Séoul. Matt Biondi (USA), sponsorisé par Arena, gagne sept médailles dont cinq d'or (50 m et 100 m NL). Arena sponsorise la prestigieuse compétition mondiale, les "Surf Masters", à Biarritz.

• **1992** : Jeux Olympiques de Barcelone. Alexander Popov (CIS), parrainé par Arena, gagne deux médailles d'or aux Jeux Olympiques de Barcelone avec le SkinFit® (50 m et 100 m nage libre).

• **1996** : Jeux Olympiques d'Atlanta. Alexander Popov (Russie) gagne deux médailles d'or en Aquaracer® (50 m et 100 m nage libre).

• **1998** : championnats du Monde de Perth. Roxana Maracineanu remporte la médaille d'or en X-Flat® avec le dos Fast Back® (200 m dos).

• **2000** : Jeux Olympiques de Sydney. Roxana Maracineanu remporte l'unique médaille (argent) de l'équipe de France de natation en Powerskin® sur 200 m dos.

• **2003** : Arena France est partenaire de 60% des clubs de natation de haut niveau en France et de 45 nageurs. Aux championnats du Monde Arena s'offre des podiums d'antologie. L'époustouffant Popov domine à nouveau le sprint mondial de sa classe en s'offrant le doublé 50 et 100 m nage libre. A 31 ans, il redevient le nageur le plus rapide du moment. Entre 2000 et 2004, il décroche huit médailles d'or en Powerskin®. Chez les Français, on applaudit le carré magique formé

par Sicot, Gilot, Bousquet et Barnier qui décroche le bronze en relais 4 X 100 m nage libre. Au total le team Arena International décroche 81 médailles à Madrid, soit 26 médailles d'or, 27 d'argent et 28 de bronze.

• **2004** : Arena France montre sa supériorité pour la troisième année consécutive lors des championnats de France à Dunkerque, ses nageurs obtiennent 51% des médailles.

Le team Arena France obtient quatre médailles aux Jeux Olympiques d'Athènes. Une médaille d'or, deux médailles d'argent et une médaille de bronze qui s'ajoutent aux autres médailles françaises et permettent à la natation française de battre un record historique depuis 1954.

• **2005** : les membres du team Arena France totalisent 61 podiums aux championnats de France GB à Nancy (seize d'or, vingt-deux d'argent et vingt-trois de bronze). Laure Manaudou est sacrée championne du Monde du 400 m NL à Montréal.

• **2006** : championnats d'Europe de Budapest. Laure Manaudou bat le record du monde du 400 m NL et remporte quatre médailles d'or et trois médailles de bronze.

2007 : championnats du Monde de Melbourne. Laure Manaudou obtient deux médailles d'or, deux médailles d'argent et une médaille de bronze. Cette moisson exceptionnelle se double d'un record du monde du 200 m NL. Le team Arena France totalise 63 médailles aux championnats de France de Saint-Raphaël, soit 53% des podiums (23 or, 20 argent, 20 bronze).

2008 : Arena renforce son Team avec des champions olympiques tels que Alain Bernard (25 ans) et Cesar Cielo Filho (22 ans), respectivement médaille d'or au 100 m et au 50 m nage libre à Pékin. Soullignons aussi l'arrivée récente du Hongrois Laszlo Cseh (24 ans), trois fois médaille d'argent (200 m, 400 m 4 nages et 200 m papillon) et recordman d'Europe dans les trois disciplines.



Innovations, le turbo d'Arena

Des matières qui résistent au chlore et aux entraînements intensifs. Des coupes qui épousent parfaitement le corps et l'accompagnent en pleine action. Des fils qui sèchent en un clin d'œil. Depuis trente ans, Arena rivalise d'ingéniosité pour satisfaire chaque pratique. Certaines innovations matières introduites pour la compétition de haut niveau deviennent accessibles au grand public telle l'Aquaracer®.

• **1973 : lancement du Skinfit® d'Arena, lors des championnats d'Europe à Berlin. Une matière ultra légère, un bijou technologique pour l'époque (18g pour le slip de bain homme).**

Auparavant les maillots de bain étaient en 100% Polyamide, un tissu d'une extensibilité limitée en largeur et très rigide en hauteur. Les maillots de bain Skinfit®, constitués de 80% Polyamide et 20% Elasthane «collent à la peau comme une deuxième peau». Grâce à un tissage réalisé en chaîne et trame (une première pour un maillot de bain), ce tissu donne autant d'extensibilité en hauteur qu'en largeur et s'adapte parfaitement à la morphologie de chacun.

• **1978 : suivant la devise «l'ennemi c'est le poids», Arena lance un nouveau modèle de maillot de bain féminin conçu sans tissu dans le dos et dans une matière composée de 82% Polyamide et 18% Elasthane. Une ouverture en goutte d'eau et un faisceau de bretelles se rejoignent entre les omoplates formant un papillon. Cette coupe est baptisée Flyback®. Unique au monde, elle est brevetée à l'échelle internationale.**

• **1980 : les Jeux Olympiques de Moscou voient apparaître au bord des bassins une nouvelle évolution dans la coupe des maillots de bain Arena pour les femmes. Il s'agit du Superflyback®. C'est une évolution du Flyback®. La coupe est plus échancrée au niveau des cuisses pour libérer le mouvement des jambes et le dos est construit en un seul tenant ce qui limite les prises d'eau et libère le mouvement des bras. Ce nouveau maillot est conçu dans un tissu Jersey très léger bi-extensible en Polyamide et Elasthane. Plus léger et moins sensible aux agents chimiques et à la transpiration, il devient un grand classique de la collection Arena.**

• **1995 : Arena met au point une nouvelle matière, l'Arena Stretch 150®, pour sa gamme Entraînement. Ne contenant pas d'élastomère, son poids est plus faible que celui d'une matière traditionnelle. La fibre PBT (Polybutylène) qui le compose est extrêmement extensible. Ce qui assure un réel confort. Parallèlement, grâce à cette fibre, les élasticités horizontale et verticale de l'Arena Stretch 150® s'équilibrent et permettent au tissu de garder toujours ses formes. Cette matière bénéficie, en outre, d'une durée de vie supérieure à la moyenne puisqu'elle résiste parfaitement au chlore, à la lumière du soleil, aux UV et aux nombreux lavages.**

• **1995 : Arena introduit une nouvelle matière, l'Aquaracer® (72% Polyamide/28% Elasthane), pour sa gamme Compétition à l'occasion des championnats d'Europe de Vienne. Cette matière qui absorbe peu d'eau offre d'excellentes qualités hydrodynamiques. Sa légèreté et son toucher très doux la rendent très agréable à porter. Les 28% d'Elasthane qui composent l'Aquaracer® assurent un maintien parfait tout en laissant une liberté de mouvement. Il sèche deux fois plus vite qu'une matière traditionnelle. Enfin il exalte les couleurs et permet de décliner des imprimés lumineux et expressifs.**

• **1998 : Arena innove encore avec le X-Flat® aux championnats du Monde de natation à Perth. Ce tissu novateur (72% Polyamide/28% Elasthane) est indémaillable et bénéficie d'un toucher très doux et très léger. Le corps est parfaitement maintenu sans être compressé autorisant une entière liberté de mouvements. N'absorbant que très peu d'eau, il possède d'excellentes qualités hydrodynamiques. Le X-Flat®, un tissu extra-fin (0,29 mm), opaque et extra-léger (146g/m²) est laqué sur les deux faces. L'intérieur adhère à la peau tandis que la face externe lui confère une glisse extrême qui permet d'améliorer les performances. Mouillé, il n'absorbe que 40% de son poids, d'où un temps de séchage très court. Il offre une résistance à l'eau inférieure à 4,8% par rapport à la peau. Ces maillots high-tech proposent, pour la ligne femme, un nouveau dos, le Fast Back®. Cette coupe hydrodynamique, avec des bretelles plates, permet de réduire également la résistance dans l'eau.**

• **2000 : Arena lance le Powerskin®. Un tissu révolutionnaire conçu pour une nouvelle génération de combinaison et de maillots de bain pour les JO de Sydney. Avec un frottement pratiquement nul, ce matériau ultra-léger (125g/m²) a des qualités inégalées. Il absorbe 15% moins d'humidité que tout autre matériau conçu pour le bain. Il offre donc un minimum d'absorption de l'eau et une réduction maximale de la friction. Plat, ultra-léger, hydrophobe, élastique dans tous les sens, le Powerskin® d'Arena a su évoluer depuis son avènement en 2000. Lors des championnats d'Europe à Madrid en 2003, Arena présente la septième génération de Powerskin®. Cette quête de perfection perpétuelle est menée en étroite collaboration avec les nageurs du team Arena. En revanche, elle profite à tous les athlètes. Plus de 60% des nageurs étaient en Powerskin® lors des championnats de France de natation en 2004. Arena France totalise 51% des médailles à cette occasion. Le Powerskin® se décline en maillot de bain mais aussi en combinaison.**



Innovations, le turbo d'Arena (suite)

Pour les femmes : une pièce, combinaison jambes courtes, combinaison jambes longues. Pour les hommes : slip, pantalon et cycliste, combinaison jambes courtes, combinaison jambes longues.

• 2002 : Arena introduit une nouvelle matière pour l'entraînement et l'aquaform : le Waternity®.

Composition : 57% Polyester et 43% PBT, nouvelle génération de fibre de téréphtalate de polybutylène. Il garantit une résistance plus longue au chlore et à la lumière du soleil. La maîtrise des techniques d'impression sur cette nouvelle matière permet une large déclinaison de couleurs. Le Waternity® offre également confort et élasticité, qualités essentielles pour une pratique régulière. Cette matière associée à des coupes et des dos techniques assure un maintien idéal en pleine action. Les gammes Entraînement et Aquaform d'Arena bénéficient de la matière Waternity®.

• 2004 : Arena lance le Powerskin Xtreme® Matière high-tech et modèle intelligent, une alchimie parfaite pour Arena

qui intègre et adapte une technologie qui a déjà fait ses preuves dans l'aéronautique et la construction navale. Une première ! Le fabricant introduit une matière nervurée sur ses deux faces. Plongées dans un liquide, les nervures emprisonnent des molécules d'eau microscopiques. Résultat : la matière en mouvement n'est en contact avec l'eau que sur les crêtes des nervures réduisant considérablement la surface de frottement. Cela produit l'effet de l'eau se déplaçant sur l'eau et non plus eau sur matière. Cette technologie réduit les trois niveaux de résistance : le frottement, la pression et la traînée induite.

Arena invente le «Arena Balancing System®», un ensemble de principes qui permet à un équipement d'adopter parfaitement les caractéristiques ergonomiques et la biomécanique d'un corps humain en mouvement. A partir de ce modèle Arena a construit une combinaison associant trois matières complémentaires. La première, de couleur bleue, intervient pour la glisse. La deuxième, de couleur argent, joue le rôle de contention des muscles de l'athlète. Selon une spirale qui suit les zones de turbulences, cette matière a un effet de strapping. Placée de chaque côté du torse et sur le contour des jambes, elle assure une contension musculaire intelligente. La troisième, de couleur jaune, est située au niveau du genou. Cette matière souple favorise une parfaite élasticité du genou et un mouvement de battement efficace.

• 2006 : Arena pense aux femmes et leur fait la promesse de maillots qui sculptent la silhouette avec le Waterfeel Power®

Avec le Waterfeel Power®, Arena donne aux femmes le pouvoir d'être belles et bien. Son secret ? une matière structurante et bien compacte qui gaine et redessine la silhouette. Sur certains maillots de bain, cet atout est renforcé par une doublure intérieure en filet tricoté serré qui produit l'effet ventre plat.

Composition Waterfeel Power® (80% polyamide et 20% élasthanne).

• 2008 : Le dialogue qu'entretient Arena avec ses athlètes et leurs coachs conduit la marque à mettre à disposition trois technologies différentes aux nageurs sélectionnés aux JO de Pékin. Ce choix est conforme à la démarche historique de la marque : équiper chaque athlète avec le produit répondant précisément à ses attentes. Les critères morphologiques comme les contraintes liées à chaque discipline ou distance sont pris

en compte. Les trois technologies qui seront mises à disposition des nageurs :

- Powerskin 1
- Powerskin R-évolution
- Powerskin R-évolution+ validée par la FINA le 3 juin 08

Les quatre caractéristiques essentielles de la Powerskin R-évolution+ :

Une seule pièce

- combinaison taillée dans un seul morceau de tissu pour réduire au maximum les coutures
- aucune couture de face pour une glisse optimale
- contention musculaire sur l'ensemble du corps grâce à la forte teneur en élasthanne
- tissu hydrophobe grâce au traitement déperlant et aux plaques. Les gouttes glissent sur la combinaison
- matière ultra fine permettant de présenter une combinaison extrêmement légère.

Coupe hydrodynamique

- dos très échancré pour libérer les épaules
- zip dans le dos plat, fin et imperméable. La chaîne du zip est masquée pour éviter les turbulences
- encolure et emmanchures avec bordures thermocollées pour supprimer les élastiques et les coutures rabats. Cette technique offre un très bon retour élastique assurant un respect de la mécanique musculaire.

Glisse totale

- chaque plaque de polyuréthane épouse les muscles sollicités par la nage,
- l'architecture de pose des plaques favorise l'évacuation de l'eau,
- Arena a disposé 17 plaques au total sur les modèles homme comme femme : une sur le ventre, deux sur la poitrine, quatre au niveau des cuisses devant/dos, quatre dans le dos, deux sur les tibias, quatre sur les jumeaux.
- les plaques améliorent la glisse et assurent un bon retour élastique sans comprimer les muscles,
- les plaques sont appliquées par thermocollage sur le tissu,
- leur épaisseur est de 100 microns,
- les plaques sont mates.

Frictions et turbulences neutralisées

- deux coutures thermosoudées, à l'entrejambe et dans le bas du dos pour limiter au maximum les frictions et turbulences.

• 2009 : Arena introduit une nouvelle génération de tissu, le Sensitive Life (polyamide/Lycra), conçu spécifiquement pour un usage spa et bien-être. Il offre une excellente tenue allée à une mémoire de forme et un bon soutien musculaire tout en restant assez léger (185g/m²) et donc très confortable. Des performances rendues possibles par son fort titrage en Xtra Life Lycra, qui présente une résistance au chlore dix fois supérieure à celle d'un élasthanne classique, et à une structure particulière de la maille. La présence du Xtra Life Lycra lui confère en outre une résistance accrue aux cosmétiques, boues, huiles et substances diverses. Egalement résistant aux UV, au sel de mer et à l'abrasion.