

White Cristal est une marque de ski fondée en 2008 .

Mais , tout a commencé par un voyage pendant l'hiver 2005-2006.

Pilou et Mamat ont réalisé la traversée du continent américain en moins d'un an, du Canada à l'Argentine.

Dans un backpacker à San Martin de Los Andes. ils ont rencontré quelqu'un qui les a présenté à deux frères avec qui ils se sont rapidement liés d'amitié.

Leur père, qui possédait une usine de fabrication de meuble en bois, les a laissé faire les premiers prototypes de whitecristal.

Après un an et demi de réflexion, Pilou et Mamat se sont décidés à lancer White Cristal.

Au départ l'idée était de faire leurs propres skis de freeride et de freestyle, pas nécessairement de créer une marque avec une gamme complète.

Finalement, ils ont décidé de mettre en place un catalogue mais sans investir.

Ils voulaient limiter les risques et ne pas s'endetter.

Ils ont été capables de créer des pièces uniques, c'est ce qui différenciait whitecristal de la concurrence.

D'autres entrepreneurs avaient déjà eu l'idée (KaOrigin et Uniq), mais les deux sociétés ont coulé notamment parce qu'elles n'avaient pas une bonne communication et que les prix étaient trop élevés.

Le chiffre d'affaire de whitecristal s'élevait à 100K€ la 1^{ère} année, il a ensuite doublé chaque année.

En 2015 la production s'est ralentie et Mamat s'est progressivement retiré du navire jusqu'à mon arrivée cette année.

Pendant ces 3 années, l'atelier a déménagé et est devenu une vraie unité de fabrication développée uniquement pour le ski. Durant cette transition nous nous étions réorientés vers le ski de luxe personnalisable ce qui a été un pari plutôt gagnant. Nous souhaitons nous écarter un peu du marché grand public afin d'avoir le temps de produire et de comprendre le ski tout en gardant une qualité maximale.

J'ai moi-même skié 2 saisons pour white cristal en tant qu'athlète puis durant cette période de transition des offres m'ont permis de changer de marques, d'aller voir ailleurs et essayer d'autres types de skis et lorsque nous avons remis sur table le projet de m'intégrer dans l'entreprise avec pilou c'était un des points forts, l'expérience acquise ailleurs.

Aujourd'hui, ayant réussi à mettre en place un processus de fabrication rapide, je souhaite que nous revenions sur notre marché de base.

Notre grande particularité reste toujours la même, une seule et unique personne de la commande du bois jusqu'à l'expédition du ski.

Le fait que le shaper gère tout de A jusqu'à Z nous garantit une grande qualité et un réel suivi du produit, il sélectionne lui-même ses billes de bois à la scierie, fait des choix de matières judicieux selon les clients et s'adapte à nos demandes de personnalisation des skis grâce à un procédé unique de sublimation.

Vous pouvez à partir d'un fichier Illustrator créer votre propre personnalisation de top sheets et de semelle.

Avec notre graphiste Acaciapiks, nous avons travaillé pour vous offrir des modèles catalogues mais Nous vous proposons une gamme de 10 skis sur lesquelles vous pouvez laisser votre imagination s'exprimer.

Ces shapes ont été méticuleusement réfléchies et permettent un accès à tous au ski de freeride backcountry grâce à un rayon ultra court et des noyaux ultra réactifs.

Avec Pilou nous souhaitons 2 choses cette saison :

- Remettre en place ce que nous faisons avant avec le particulier : personnaliser de A à Z le ski du shape jusqu'à la déco (choix des bois, semelles , chants , top sheet ou plaquage bois...). C'est notre force et ça le restera
- Maintenir cet esprit de famille que l'on a avec nos clients, nous ne sommes pas là que pour faire du business, notre priorité c'est que nos clients deviennent des amis et avec qui nous pouvons rider echanger progresser. La white cristal family a toujours été présente depuis 2008 et aujourd'hui nous sommes une famille de plus de 4000 personnes (groupe fb)

Nos amis et clients sont des amoureux de la glisse et c'est ce que nous souhaitons faire vivre au sein de la marque ! Notre force de vente, c'est nos propres clients.

Jetez un coup d'œil aux avis sur skipass par exemple, ils reflètent notre objectif : le client est content et satisfait → il nous fait de la bonne pub