

Le concept store de l'enseigne ouvert au cœur de Paris fait la part belle aux plantes. Plus qu'un simple magasin, le lieu raconte l'histoire et les valeurs de l'enseigne.

## L'ode au végétal d'Yves Rocher

### LE CONTEXTE

Le concept store est situé à l'emplacement historique du premier magasin de l'enseigne ouvert en 1969. Il jouit

d'une localisation idéale au cœur de Paris, en face des grands magasins du boulevard Haussmann.

Le magasin a été inauguré le 7 avril, jour de naissance de monsieur Yves Rocher.

450 m<sup>2</sup>

La superficie du concept store du boulevard Haussmann

7

Le nombre de cabines du spa

22

Le nombre d'employés du magasin

Source : Yves Rocher

Une enseigne entourée de plantes, des murs végétaux à tous les étages, le concept store d'Yves Rocher est un hommage à la nature. «*Nous cherchions à Paris une surface plus importante pour nous exprimer. Le hasard faisant bien les choses, le magasin voisin de notre boutique historique a été mis en vente. Il était naturel de le racheter*», explique Véronique Gohmann, directrice internationale marketing et communication d'Yves Rocher. En réunissant les deux magasins du boulevard Haussmann, dans le IX<sup>e</sup> arrondissement de Paris, l'enseigne dispose désormais de 450 m<sup>2</sup>, deux fois plus que la superficie de son flagship des Champs-Élysées. Le concept store a été créé en collaboration avec BETC. «*Ce lieu montre l'engagement d'Yves Rocher dans la cosmétique végétale, sa conscience écologique*», souligne Christophe Pradère, PDG de l'agence de design. Sur les murs végétaux, créés par Patrick Blanc, 250 espèces vivent et se développent en harmonie sur 50 m<sup>2</sup>. «*Bientôt, les végétaux courent sur les plafonds*», annonce Véronique Gohmann. Le magasin reprend certains éléments testés dans le Botanical Lab d'Yves Rocher à Boulogne-Billan-

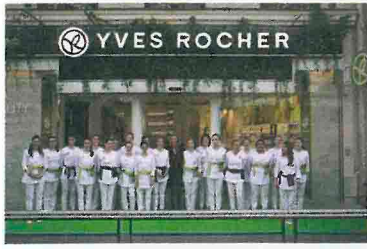
court (LSA n° 2354), comme la paillasse pour tester les produits de soins ou le maquillage exposé en mural. Deux espaces disposés de part et d'autre du rez-de-chaussée. Au centre, trône un bar où l'on peut tester les produits, tout en dégustant des jus frais de végétaux. Au fond du magasin, un escalier permet d'accéder à l'étage. Un large écran permettra bientôt de visualiser en temps réel les champs de La Gacilly, terre d'origine d'Yves Rocher où est cultivée une partie de ses matières premières.

### Depuis les racines jusqu'au ciel

En haut de l'escalier, les clients découvrent l'histoire de l'enseigne ainsi que des produits fabriqués à La Gacilly. Une partie de l'étage est consacrée aux parfums et, l'autre moitié, aux produits d'hygiène. Un point d'eau permet de tester gels douche et autres savons liquides. Le sous-sol est, lui, dédié à l'institut. Ici, il est baptisé «*beauty spa*» pour la clientèle internationale. «*Le magasin se développe telle une plante. Au sous-sol, les racines : la partie la plus "impliquante", la plus enveloppante, le spa, avec un décor en bois et des lichens. Au rez-de-chaussée, un rideau de verdure et, à l'étage, la partie la plus évanescence, les parfums*», précise Christophe Pradère. La vitrine est une simple baie vitrée donnant l'impression aux passants d'être déjà dans le magasin. «*Nous avons aussi inscrit des maximes présentant nos valeurs sur les murs. Certaines sont issues des livres de monsieur Yves Rocher*», poursuit Véronique Gohmann. Et, dernier hommage au fondateur décédé en 2009, le concept store a été inauguré le 7 avril, jour de sa naissance. ■

MIRABELLE BELLOIR





**CEINTURE VERTE**

La façade du magasin souligne l'importance des végétaux par les plantes qui encadrent l'enseigne. Le concept store emploie une vingtaine de personnes.

**BAR À BEAUTÉ**

Au rez-de-chaussée, les clients peuvent déguster des jus végétaux tout en découvrant les innovations de la marque. Les principales lignes de soins du visage sont mises en avant sur un podium décoré des photographies des plantes qui les composent.



**EXCLUSIVITÉS**

Au rez-de-chaussée, le maquillage disposé en mural expose la profusion de couleurs. Le magasin propose des exclusivités comme une gamme de vernis qui sera disponible dans le reste du réseau en juin.



**MAXIMES**

De nombreuses phrases inspirées de la philosophie de l'enseigne sont inscrites sur les murs. Certaines sont des citations du fondateur.



**PORTRAITS**

À l'étage, Yves Rocher rend hommage aux créateurs de ses principales fragrances en affichant leurs portraits. Un orgue à parfums met en avant les best-sellers de la marque. Les clients découvrent les notes qui les composent –vanille, patchouli, rose...



**TRAÇABILITÉ**

Une carte permet de découvrir l'origine des matières premières composant les produits Yves Rocher. Leur histoire et les actions mises en place par l'enseigne pour les préserver sont expliquées.

**SPA À DEUX**

En sous-sol, les cabines du spa sont installées. Une d'entre elles permet de profiter des soins à deux. Deux cabines, accessibles par ascenseur, ont aussi été installées à l'étage pour les personnes à mobilité réduite.



**HISTOIRE**

À l'étage, des livres écrits par Yves Rocher sont en vente, tout comme des produits fabriqués sur le site de l'hôtel-spa de l'enseigne, La Grès des Landes, comme des confitures.



« Les végétaux sont présents à l'intérieur et à l'extérieur du concept store. Bientôt ils courront sur les plafonds du magasin. »

Véronique Gohmann, directrice internationale marketing et communication d'Yves Rocher

© DOMINIQUE ROLLAND / YVES ROCHER