

L'enseigne anglaise de cosmétiques « faits main » a ouvert l'an passé son flagship dans la célèbre Oxford Street. Treize fois plus grand qu'une boutique classique, le magasin permet de montrer l'ensemble de l'offre de la marque et de tester les nouveaux produits.

# Lush voit grand à Londres

880 m<sup>2</sup>

de superficie sur trois étages

300

personnes travaillent à Oxford Street

Source : Lush

Oxford Street... L'une des artères les plus réputées en Europe pour le shopping. En y ouvrant son flagship il y a tout juste un an, Lush a mis les petits plats dans les grands. En effet, la boutique présente une superficie de 880 m<sup>2</sup>, soit environ treize fois plus que celle d'une de ses boutiques traditionnelles. Le magasin s'étend sur trois niveaux. «*Il est ouvert sept jours sur sept, indique Julie Peugniez, formatrice de Lush. Entre les équipes de stock, de vente, de caisse, de formation, d'animation des réseaux sociaux, de conseil, 300 personnes y travaillent.*» En accord avec les valeurs éthiques de la marque, la boutique a été éco-conçue. Des matériaux durables ont été privilégiés, comme le prouve la certification RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors). Les meubles ont été chinés ou sont fabriqués en bois recyclé (norme FSC). L'éclairage est en leds, le revêtement mural est fait à partir de plaques recyclées Fermacell, et une peinture écologique sans composés organiques volatils a été utilisée dans tout le magasin. Côté produits, le vaste espace de vente permet de présenter l'ensemble de l'offre de Lush. D'ailleurs, pour l'ouverture d'Oxford Street, la marque a étoffé son portefeuille de 200 produits avec de nouveaux packagings. Au rez-de-chaussée sont mis en avant le soin du corps et le maquillage. «*C'est à Oxford Street que nous testons l'offre maquillage. Des produits ont été développés uniquement pour la boutique. Un*

*meuble entier est consacré au maquillage*», précise Julie Peugniez. Autre nouveauté à ce niveau : le Hair Lab. «*Il permet de réaliser des consultations capillaires afin d'orienter les clients vers les produits les plus adaptés pour eux. Ils peuvent aussi les tester*», poursuit la formatrice.

### Lieu de fêtes

Le premier étage est dédié au bain : boules effervescentes multicolores et autres bains moussants qui ont fait le succès de Lush. «*Un espace est réservé aux animations. Des experts viennent faire des interventions. Les formations ont lieu ici également. Nous proposons aussi des Lush Parties. Pour un anniversaire, fêter un diplôme ou entre amis, les clients ont la possibilité de fabriquer eux-mêmes des produits*», décrit Julie Peugniez. Au sous-sol, la boutique dispose d'un spa avec quatre cabines, dont l'une est équipée d'une baignoire.

C'est aussi à ce niveau que se trouve l'espace parfums. «*Nous sommes en train de travailler le concept pour proposer très prochainement une nouvelle expérience olfactive*», confie Julie Peugniez. Si Oxford Street n'a pas vocation à être dupliqué, le magasin se veut la vitrine du développement futur de la marque, et certains concepts testés ici, comme le meuble maquillage, pourraient être déployés dans les autres boutiques. En France, la marque cherche d'ailleurs dorénavant des espaces un peu plus grands pour ses magasins afin de présenter davantage de produits. ■

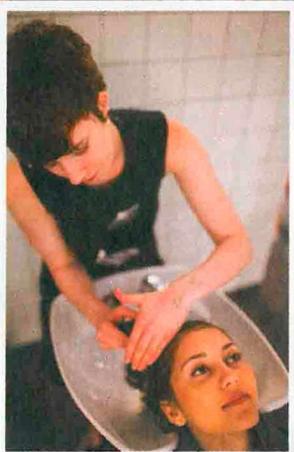
MIRABELLE BELLOIR, À LONDRES

**PARFUMS**

Au sous-sol, les clients peuvent tester les fragrances de la marque. Ou le spa...



PHOTOS LUSH



**TOUT POUR LE BAIN**

Le premier étage est consacré à l'offre pour le bain, qui a fait la réputation de la marque. Les clients y trouvent, entre autres, moult boules effervescentes multicolores.



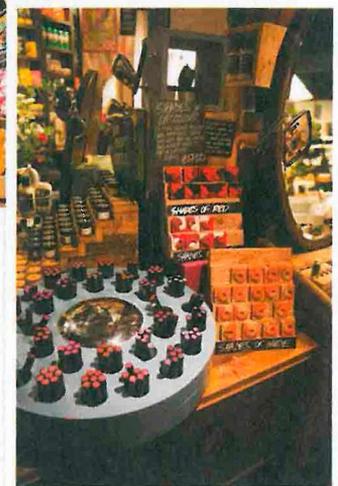
**CONSULTATIONS CAPILLAIRES**

Le magasin dispose d'un Hair Lab, un espace où les clients peuvent demander un diagnostic capillaire et essayer les produits les mieux adaptés aux besoins de leurs cheveux.



**AU CŒUR DE LONDRES**

Le flagship londonien de Lush est installé au 175 Oxford Street. C'est l'une des destinations shopping les plus connues en Europe.



**UN AIR VINTAGE**

Les matériaux bruts ont été privilégiés dans la boutique. Les teintes sombres font ressortir les couleurs vives des produits.

**MAQUILLAGE**

Oxford Street est la seule boutique à disposer d'une large offre maquillage. Un meuble entier lui est consacré.

