

© PHOTOS CLOTILDE CHENEVOY



EXPO

HOURS
SUNDAY, JANUARY 5
10:00am - 3:00pm
MONDAY, JANUARY 6
8:00am - 3:00pm
TUESDAY, JANUARY 7
8:00am - 3:00pm
#nrf17



SEE ALL YOUR DATA UNIFIED
IN 30 DAYS, AT NO COST
START NOW

LE RETAIL'S BIG SHOW, le rendez-vous immanquable du retail

La National Retail Federation (NRF), association réunissant les grands acteurs du retail américain, organise chaque année son salon, le Retail's Big Show, en plein cœur de Manhattan, à New York. Pour cette 106^e édition, la grand-messe a réuni pas moins de 510 exposants et 33 000 visiteurs. Parmi eux, plus de 3 000 distributeurs sont venus fouler les allées du Jacob K. Javits Convention Center pour découvrir les dernières technologies et autres équipements indispensables. LSA vous en livre l'essentiel.

**NOS ENVOYÉS SPÉCIAUX
À NEW YORK :**
Clotilde Chenevoy
Julie Delvallée
Morgan Leclerc



- **STRATÉGIES**..... P. 26
Les hommes reviennent sur le devant de la scène
- **MAGASINS**..... P. 30
Des points de vente sans artifices mais avec des services
- **ÉQUIPEMENT**..... P. 34
Des outils dédiés pour un vendeur plus efficace

Du retail et des hommes

Retour à l'essentiel. Le Retail's Big Show de New York, qui ponctue invariablement l'agenda des distributeurs en début d'année, dessine les grandes tendances du secteur. Cette année, fini les leçons grandiloquentes sur le tout-technologie : l'édition 2017 consacre les hommes. C'est-à-dire les forces vives du secteur que sont les employés, les vendeurs, les hôtes de caisse, mais aussi les cadres.

Aux États-Unis, ils sont 42 millions à travailler dans le secteur, soit un actif sur quatre ! Le message adressé par cette 106^e édition est clair : pour réussir sa mutation, la distribution doit impérativement s'appuyer sur les hommes, en

faire sa priorité. Un retour aux fondamentaux qui suppose, mine de rien, de prendre un virage important. Montée du digital oblige, le rôle des magasins évolue et accorde plus d'importance aux vendeurs et à l'expérience client.

Pour être à la hauteur et redonner du sens à ces lieux de vente, moins attractifs en termes d'offre que la Toile, les professionnels doivent pouvoir bénéficier de formation continue, d'où la nécessité de politiques ambitieuses en matière de RH. Enfin, le digital doit également trouver sa place, avec des équipes musclées, et servir ces « vendeurs augmentés ». Il y a encore peu de temps, l'invasion des technologies faisait craindre la disparition de l'humain. Et si, au contraire, elle laissait présager un nouveau départ ? ■ J. D.