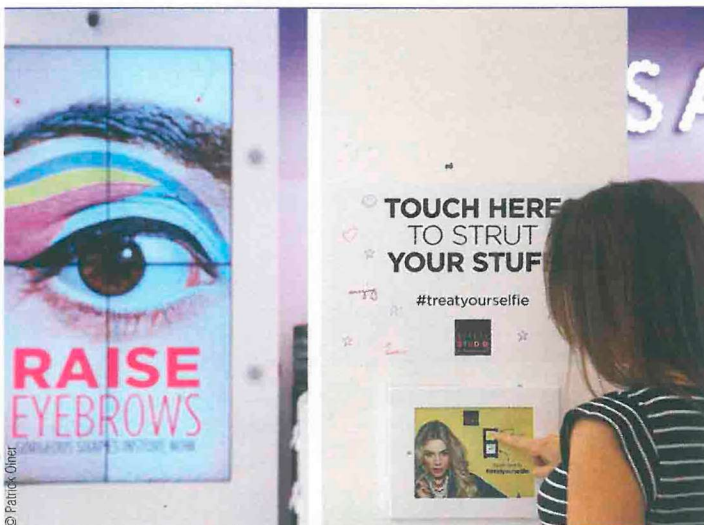


INNOVATION RETAIL : CES CONCEPT STORES QUE L'ON ATTEND ENCORE...

Le secteur du retail ne manque pas d'imagination. Les innovations fleurissent un peu partout dans le monde, sur tous les marchés, et il est toujours inspirant de regarder ce qui se passe hors de nos frontières. Petit tour d'horizon des concepts de magasins que la France ne connaît pas encore mais qui pourraient donner quelques idées à nos enseignes...

Par Eugénie Deloire



Beauté

ANGLETERRE : SUPERDRUG, LE PLUS DIGITAL NATIVE



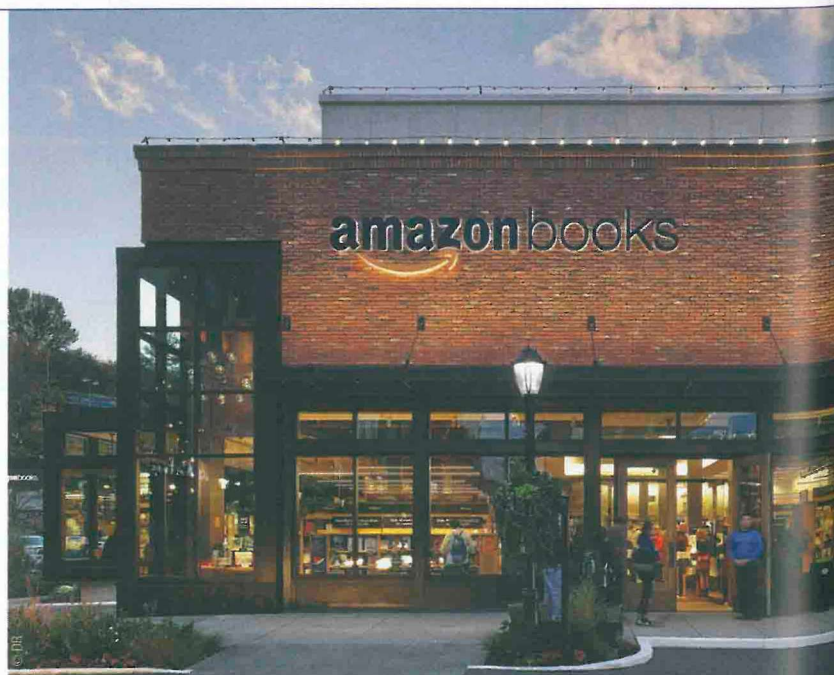
La chaîne de magasins Superdrug, spécialisée dans les produits cosmétiques, a lancé à Cardiff un concept de magasin connecté. Le point de vente dispose d'un emplacement dédié au selfie, « le Studio Beauté », une zone interactive, équipée d'une caméra haute définition et d'écrans fixés au mur, où les clientes peuvent poser et partager leurs photos sur les réseaux sociaux via le hashtag #treatyourselfie. Grâce à la technologie iFace, des écrans à l'apparence de miroirs diffusent des promotions dès qu'un client s'approche.

Culture et loisirs



USA : AMAZON BOOKS, LE PURE PLAYER PASSE AU PHYSIQUE

C'est à Seattle, dans le quartier de University Village, que le géant du web Amazon a ouvert sa première librairie. Elle offre plus de 5 000 références de livres, sélectionnés en fonction du nombre de commandes et des notes des internautes sur le site. Les ouvrages sont présentés de face et la plupart sont accompagnés de commentaires de lecteurs. Les prix sont identiques à ceux du site. La boutique propose également en test les innovations high-tech d'Amazon telles que la liseuse Kindle, l'assistant vocal Echo, les Fire TV et tablettes.



Sport

ANGLETERRE : RAPHA, L'ESPRIT COMMUNAUTAIRE AVANT TOUT

Fabricant de vêtements haut de gamme et d'accessoires pour les cyclistes, Rapha a créé un véritable club autour de sa marque. Ses boutiques sont des lieux de rencontre et d'échanges, avec bar salon de thé, coin lecture, librairie spécialisée dans le cyclisme et clubhouses. La marque organise également des sorties vélos gratuites pour tous les fans de cyclisme. C'est que l'on appelle le commerce communautaire.



Le clubhouse de Copenhague



Équipement de la personne

AUSTRALIE : SNEAKERBOY, LA BASKET DU FUTUR

Un temple du Sneaker : c'est ainsi que l'on peut résumer le concept magasin de Sneakerboy, l'enseigne dédiée à ce type de chaussures qui valorise ses produits à travers une scénographie atypique, mêlant réel et virtuel. Sans aucun stock, le magasin arbore un design futuriste, cassant les codes du merchandising traditionnel (aucun prix n'est visible). Ici, l'interaction avec le vendeur et le produit prime sur l'acte d'achat. Celui-ci s'effectue en effet exclusivement sur des tablettes mises à disposition du client dans le magasin ou via une application mobile. La commande est ensuite livrée au domicile ou sur le lieu de travail, dans un délai de 3 à 5 jours partout dans le monde.



Équipement de la maison

JAPON : TSUTAYA ELECTRICS, LE MAGASIN AUX 1 000 USAGES

C'est une expérience globale que propose Tsutaya Electrics, « le magasin d'électroménager où vous pouvez acheter un style de vie ». Concept store à l'offre multiple, le magasin se divise en différents univers : livres et café, art et technologie, salon de beauté, location de films et de musique, atelier high-tech, jouets, objets de décoration, équipement de la maison... Mixant restauration, convenience store et espaces de convivialité, l'enseigne japonaise est probablement l'exemple le plus abouti du tiers lieu.

