



©DIENS ALLARD/REA

La distribution high-tech garde le moral

Une étude LSA/Salon Distree#Connect montre que les distributeurs sont optimistes pour les ventes de fin d'année de produits high-tech. Présentation par Christophe Painvin, son directeur, de cet événement dédié au retail auquel est associé LSA.

LSA - Comment s'annonce l'édition 2018 de Distree#Connect ?

Christophe Painvin - Pour sa quatrième édition, qui se tiendra les 8 et 9 mars au Carrousel du Louvre, Distree#Connect sera le rendez-vous 100 % innovation de la distribution high-tech. Au cœur de Paris, Distree#Connect mettra en relation 150 marques et start-up innovantes avec plus

de 300 enseignes du retail français et se positionne comme le premier rendez-vous high-tech français de l'année.

Quel est le positionnement de ce salon ?

C. P. - En lançant Distree#Connect il y a trois ans, notre ambition était de créer un événement unique sur invitation pour proposer aux marques une



Christophe Painvin, directeur de Distree#Connect



MÉTHODOLOGIE

Étude réalisée par Toluna pour Distree#Connect et LSA du 1^{er} au 12 novembre 2017, auprès de 68 détaillants français.

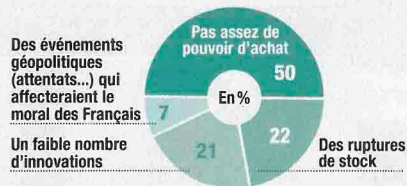
NOËL SE PRÉSENTE BIEN...

Selon vous, Noël 2017 va-t-il être bon concernant la vente de produits high-tech dans votre enseigne ?



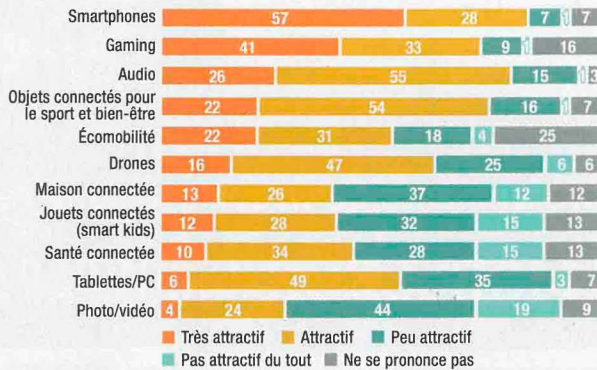
... SAUF SI LE POUVOIR D'ACHAT NE SUIT PAS

Que redoutez-vous le plus concernant cette période de Noël ?



LES SMARTPHONES ET L'AUDIO AU TOP DE L'ATTRACTIVITÉ

D'après vous, quelle est l'attractivité de ces secteurs d'activité pour les consommateurs ?



DES CLIENTS TOUJOURS PLUS INFORMÉS

Pensez-vous que l'attitude des consommateurs dite Ropo (pour *research on line, purchase on site*, recherche en ligne, achat en magasin) est...



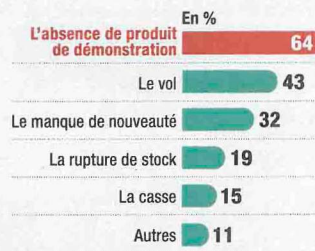
LES GRANDES MARQUES PLÉBISCITÉES

Quelles sont les marques high-tech qui progressent le plus aujourd'hui dans votre enseigne ?



INDISPENSABLE EXEMPLAIRE DE DÉMONSTRATION

Que craignez-vous pour vos produits high-tech en rayon ?



UN TRADE MARKETING DÉCEVANT

Êtes-vous satisfait des opérations de trade marketing menées par les marques de produits high-tech ?



nouvelle solution pour des rencontres de qualité avec le retail français. Pour la prochaine édition, coorganisée avec LSA, nous renforçons cette identité et cette différenciation en nous centrant sur la rencontre et le business plus que sur l'image ou le marketing. Avec des offres de stands entièrement packagées, Distree#Connect propose une solution clé en main pour permettre aux marques de rencontrer le retail français dans un climat d'affaires. Nous sommes un créateur de lien et un accélérateur de business.

Combien d'exposants attendez-vous et quel sera leur profil ?

C. P. - L'offre de l'événement représentera tous les secteurs du high-tech. Bien sûr les secteurs clés comme le gaming,

l'audio, les loisirs ou les smartphones. Mais Distree#Connect va plus loin et présentera également les produits connectés représentant les nouvelles tendances du marché : la maison connectée, les smart kids, le bien-être et la santé connectés, l'écomobilité ou encore les drones. Avec plus de 150 marques et 50 start-up attendues, Distree#Connect permettra à ses exposants de se faire sourcer ou référencer par le retail français.

Combien de distributeurs attendez-vous ?

C. P. - Plus de 500 décisionnaires sont attendus. Ils représenteront 300 enseignes, dont les incontournables du secteur, les généralistes comme les spécialisées toujours à la recherche de nouveautés. L'appui de LSA nous

permettra aussi d'attirer les nouveaux relais de croissance que constituent les enseignes plus sélectives et affinitaires : les concept stores, les pharmacies, les magasins de jouet, de bricolage ou encore de sport. Notre valeur ajoutée est de permettre aux marques de rencontrer l'ensemble du marché. Pour la prochaine édition, nous voulons aller encore plus loin et proposer aux marques de nous soumettre leur *wish list*. En effet, pour être au plus près des problématiques de nos exposants, nous nous engageons à inviter les enseignes qu'ils souhaitent rencontrer. Pour cela, une équipe de cinq personnes dédiées à l'acquisition de l'audience se tient à la disposition des marques pour recueillir leurs demandes. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR Y. P.