

RETAIL

Le nouveau concept Sabon (Rocher)

Acquise en 2017 par le groupe Rocher, Sabon se relance en France avec un nouveau concept de boutique en test depuis un an dans le centre commercial Val d'Europe à Serris (Seine-et-Marne). Deux autres magasins sur seize seront rénovés sur ce modèle cette année en France. À l'international, 10 % des 190 points de vente l'ont déjà adopté. Objectif : passer la moitié du parc à ce nouveau concept centré sur l'expérience client, d'ici à deux ans.



Mettre davantage en avant l'expérience client passe par l'incontournable fontaine, pièce maîtresse du précédent concept, que l'on retrouve dans le nouveau. Au sol, des carreaux de ciment balisent le parcours depuis l'entrée du magasin jusqu'à ce point d'eau où sont testés les produits.



Le mobilier permet de mieux distinguer les catégories de soins aux ingrédients naturels et au sel de la mer Morte.



À l'arrière de la caisse, **le mur de papiers de soie et rubans** afin de personnaliser l'emballage cadeau.



La présence de vitrine est systématisée afin de mettre en scène l'actualité commerciale de l'enseigne. Ce qui n'était pas le cas auparavant.



Les soins du visage sont mis en scène dans **un meuble façon coiffeuse**. « Que ce soit dans le choix des meubles, dans les coloris, nous voulons faire monter en gamme la marque, tout en restant dans un univers chaleureux. Cette évolution nous a réussis en Asie – Japon, Corée, Taiwan, Hong Kong, déclare Grégoire de Lassus, CEO Europe de l'Ouest Sabon, par ailleurs, ce magasin étant plus grand que les autres, 60 m² contre 40 m² en moyenne, nous avons pu installer cette baignoire qui attire l'attention des clients sur nos coffrets ou nos animations. »