

+ ACCESSOIRES

Janvier/Février 2018 / English text included

40 pages
Spécial
Mode

DAVIO JONES
PARIS

Photographie et directeur artistique: W. Dendochine
Modèle: Aisling / Agence Crystal Model Management
Illustration et graphisme: Rebecca

A partir de 2019, elles passeront de 6 à 4 semaines. Une annonce positive mais « qui ne règle pas le problème », selon certains détaillants. Le maraquinier Christophe Bodinier l'a expliqué à Orléans, le jour de l'inauguration des soldes de la région Centre-Val de Loire. « C'est une promotion qui ont lieu à une période où les ventes privées sont en hausse et les consommateurs achètent plus un prix plus bas. Ils ne sont pas contents de leur achat... »

Des soldes moins longues

La digitalisation des GAFAs, se pose la question de la concurrence. L'ajout de services numériques, et non plus calculée sur la valeur locative (Taux de TVA réduite) reverse une partie aux collectivités territoriales pour qu'elles ne soient pas désavantagées.

Drop shopping : solution pour minimiser les stocks

Back Design, fabricant de bagages (Chantal Thomass, Le Modiste, Flight bag, Lilli Kessler), s'est inspiré du Drop Shipping — pratique du e-commerce consistant à mettre en vitrine ses produits sur une place de marché digitale, afin de se délester de la distribution — pour créer un nouveau service à l'intention du commerce physique : le Drop Shopping®. Le détaillant, le drop shopper, achète un assortiment qu'il met en démonstration en boutique pour que ses clients puissent toucher, essayer... L'achat sera ensuite livré, en domicile ou en boutique, sous 72 heures. Si la marge réalisée par le revendeur est un peu plus faible (entre 1,8 et 2), le drop shopping réduit considérablement le risque commercial et l'immobilisation de trésorerie due au stockage.

Digitalisation du commerce

mobiles (plus d'attente en caisse), vendeurs équipés de tablettes numériques disponibles depuis le magasin... « L'enjeu n'est plus de savoir comment les faire fusionner. C'est la condition sine qua non pour passer à l'étape suivante : s'inscrire avec fluidité dans la vie quotidienne des consommateurs. C'est ce que nous faisons avec le projet de la boutique virtuelle de la marque Sophie Lubet, Directeur du Pôle Retail de Comexposium.