



Observatoire des Nouveaux Concepts Commerciaux

Matinée du commerce – 14/11/2012



L'ONCC est un dispositif opérationnel :

- Un outil de veille stratégique
- Un outil d'analyse et de suivi
- Un outil d'échange entre professionnels



Le secteur du commerce de détail est engagé dans une phase de transformation intense. Il s'adapte ainsi à l'évolution des modes de vie, aux nouveaux comportements de consommation, aux attentes de la société notamment sur le plan de la responsabilité environnementale. Cette transformation s'opère à la fois par le repositionnement des distributeurs existants et par l'entrée de nouveaux acteurs porteurs d'approches novatrices du métier.

Les nouveaux concepts commerciaux apparaissent ainsi comme un poste d'observation privilégié des mutations en cours.

Flashs Infos de l'ONCC

Nos dernières publications et nouveaux concepts recensés

Parution du baromètre n°6



> Lire la suite

Actu de l'ONCC Juillet 2012
Recensement du mois de juillet

> Lire la suite

Actualités

Agenda et données clés du secteur

L'e-commerce d'Europe de l'Ouest à la trace : de 2010 à 2016

Cet été le cabinet d'études américain eMarketer a fait le tour des marchés e-commerce d'Europe de l'Ouest pour en analyser les tendances et en prévoir les évolutions.

> Lire la suite

La crise, dopo l'e-commerce

Alors que la consommation globale d'habillement recule, les achats en ligne d'articles de mode font des bonds. C'est ce que constatent la Fedex et Ifm, qui viennent de dresser un bilan de l'évolution récente de ce canal de distribution.

> Lire la suite

Espace adhérent

L'accès à la base est réservé aux partenaires de l'ONCC. Les rapports de synthèse (baromètres semestriels et synthèse annuelle) sont téléchargeables dans la rubrique "publication".

E-mail

Mot de passe

Connexion

Rester connecté

Veille Thématique

Enjeux, tendances et bonnes pratiques du secteur

Points de vente éphémères Microsoft

Microsoft va ouvrir des points de vente éphémères aux USA et au Canada.

> Lire la suite

Boutique éphémère Woosterbra

La marque ouvre une boutique éphémère (rue de Rennes à Paris) pour une durée d'un mois et demi.

> Lire la suite

Liens utiles

Les bonnes adresses à visiter ...

Liens utiles

CREDOC : <http://www.credoc.fr>

PICOM (Pôle de compétitivité des Industries du Commerce) : <http://www.picom.fr/>

IFLS : <http://www.ifls.net>

CdCF (Conseil du Commerce de France) : <http://www.cdcf.com/>

DGOS (Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services) : <http://www.pme.gouv.fr>

> Lire la suite

Newsletter

S'inscrire à notre newsletter





Coordonnées :

76 avenue des Champs-Élysées
75008
Paris
Tel :

Site internet : Oui

@ http://eu.levi.com/fr_FR/index.html

Site marchand +

LEVI'S

☆☆☆

NAF : 47.71Z (Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé)

Branche d'activités : Habillement

Surface de vente : 650 m²

Date d'ouverture : 01/05/2012

Localisation du magasin : Centre ville (hyper centre)

Taille de l'agglomération d'implantation : Agglomération de Paris

Nom de l'investisseur : LEVI STRAUSS

Nature de l'investisseur : Groupe de distribution étranger

Nationalité de l'investisseur : américaine

Description du nouveau concept :

(Nouveau flagship, le deuxième plus grand magasin en Europe après Londres. Ecrin vintage d'inspiration industrielle (lampes de récup, tables d'atelier) pour rappeler l'origine et les fondamentaux de la marque. En écho à ses racines historiques, une toile de 10 mètres représente le Golden Gate bridge de San Francisco. L'image sera périodiquement modifiée. Magasin sur 3 niveaux. A l'étage, le Tailor Shop, est le quatrième atelier de ce type dans le monde. Il permet aux clients de faire retoucher et customiser leurs vêtements préférés. La zone de vente principale est concentrée au sous-sol. Toutes les collections de jeans et lignes Levi's sont représentées, du plus haut de gamme à l' incontournable 501.)

Détails de l'offre

Positionnement stratégique

Aménagement du point de vente

Projet de développement

Les concepts les plus innovants font l'objet d'une visite à l'issue de laquelle une « fiche visite » est établie :

- Elle fournit une analyse critique du caractère innovant du concept.
- Elle est structurée en 6 parties :
 - Avis du Crédoc
 - Description du nouveau concept
 - Aménagement & parcours client
 - Nature de l'offre
 - Analyse des besoins des consommateurs satisfaits par le nouveau concept
 - Description de l'articulation des différents canaux de distribution exploités par l'enseigne

L'analyse des données collectées donne lieu à plusieurs publications

- Un rapport annuel à visée analytique + synthèse
- Deux baromètres semestriels à visée descriptive facilitant le suivi des évolutions



ONCC |

<http://www.observatoiredesnouveauxconcepts.com>

