



Le phénomène des pop up stores, parti pour durer

?

publié le 26/11/2015

Descriptif :

Un article intéressant sur le site VIUZ

Les premiers PopUp stores, ces espaces éphémères de distribution de produits de niches ou saisonniers

ont été développés en 1999 par la société américaine Vacant un concept repris plus tard par l'enseigne Japonaise "Comme des Garçons".

Surprise et Magasins Clandestins

Côté marques, Ils permettent d'un point de vue marketing de valider un concept sans dépenser massivement en distribution et s'engager dans un loyer à long terme ou pénétrer à moindre coût un marché étranger. Ils permettent également de lancer des produits inédits, des prototypes et tester des idées de pricing et de promotion un merchandising mix ou des concepts de design innovants.

Côté distributeurs ils visent à revaloriser et animer des espaces souvent laissés vacants dans les grands magasins. En moyenne un Pop Up store a une présence de deux mois et demi.

Créé en 2007, Bonobo - un site e-commerce sans présence physique a testé le concept avec deux vendeurs dans son hall d'accueil et a fini par générer près de 500.000 dollars de ventes en un an.



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.