

Manifeste


SALON INTERNATIONAL
— DE LA LINGERIE —
PARIS

“

NOTRE VOCATION :

vous accompagner, être ambassadeur du changement

OSER LE CHANGEMENT

Inventons les nouvelles boutiques lingerie modernes pour les femmes incarnant l'atout féminité d'aujourd'hui et de demain. Le lieu doit aujourd'hui faire le lien.

INVESTIR UN ROLE SOCIAL

Soignons le lien avec les clientes pour valoriser nos métiers qui repoussent les limites du simple acte d'achat en apportant des conseils beauté et confort.

FAIRE EVOLUER NOS METIERS

Saisissons ces atouts pour moderniser le secteur et valoriser nos métiers, notre savoir-faire.

HUMANISER LES INTERACTIONS ET LE REPOSITIONNEMENT

Valorisons cette spécialisation, valorisons les rapports humains.

L'INNOVATION TEXTILE VA REVOLUTIONNER LE PRODUIT DANS LES 10 ANS A VENIR

L'innovation textile va révolutionner le produit dans les 10 ans à venir Vivons cette évolution comme une formidable chance d'apporter confort et performance à ce secteur dynamique encouragée par une grande technique des savoir-faire.

”

#LE RENOUVEAU DU RETAIL

Le Salon International de la Lingerie a vocation de guider ses clients dans leur voie. Aujourd'hui, le constat est simple, le shopping n'est plus un acte d'achat utilitaire. «Le shopping expérience » est de loin le point le plus préoccupant pour les marques. Pourquoi ? Car le design et l'architecture du point de vente déclenchent les ventes. Le produit seul ne séduit plus comme avant.

QUAND LE RETAIL *bouscule les codes*

Où vendre ? À qui vendre ? et donc comment vendre ? Autant de questions auxquelles le salon s'engage à répondre à travers des outils clairement identifiés

EUROVET S'ENGAGE ET PROPOSE *Une étude retail inédite*

Fruit d'un travail d'équipes internationales et coordonnée par Vanessa Causse, doing designer, Eurovet lance une étude inédite sur le retail pour :

- apporter une vue globale du marché du Retail / quelles sont toutes ses formes ?
- partager l'analyse de ses codes et outils aux acteurs du marché
- faire un tour du monde des boutiques les plus intéressantes
- inspirer grâce aux idées et concepts illustrés visuellement

Objectif 1 : Le Retail aujourd'hui
Contexte du marché / état des lieux : le Retail physique/pop'up/lifestyle

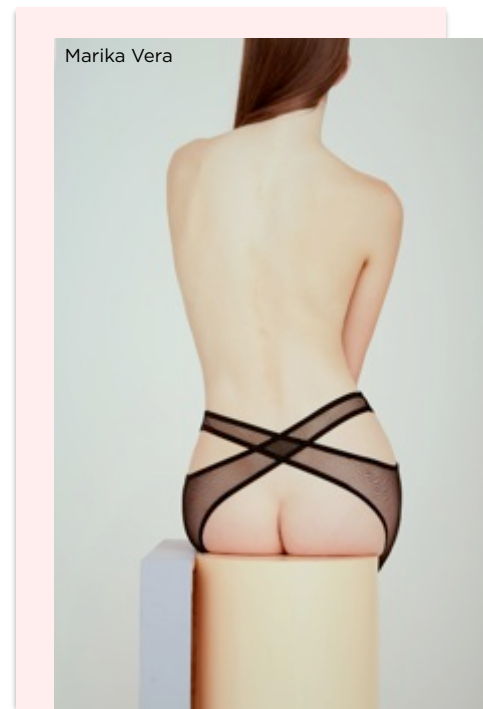
Objectif 2 : Le nouveau parcours d'achat 2.0
Le digital / numeric store : mobilier digital/ e-shop/ Marketplace...

Objectif 3 : Le merchandising
Aménagement/cabines/vitrines

Objectif 4 : Les outils prospectifs du Retail
Wording / service facilitateur / effets surprises / co-working / collaboration

Objectif 5 : Manifeste pour le Retail Futur
Le partage du métier, de la passion et de la vocation de tous les acteurs du marché

Puissant outil de prospective, cette étude sera en vente dès le premier jour du salon.



EUROVET ACCOMPAGNE SES CLIENTS

Dans un retail tour inédit

Dans le cadre du Salon et en parallèle de l'étude Retail, Eurovet propose un nouveau service : visites de boutiques les plus innovantes de Paris ainsi qu'un accompagnement pour décrypter les points clés et les outils d'un retail moderne*.

#1 Décrypter les nouveaux outils pour une accueil moderne client

Découvrir des formes différentes de boutiques :
Concept Store, Appartement...
S'immerger au cœur des codes boutique mis en place

#2 Comprendre comment prolonger le temps d'achat

Découvrir les nouveaux services boutiques
Expérimenter la valorisation des produits par l'expérience consommateur

#3 Découvrir les points clés pour fidéliser la clientèle

Comment susciter la curiosité, le désir et l'envie de revenir
Quelle démarche incarner au sein de la boutique pour impulser le dynamisme, le renouvellement ?

#4 S'inspirer

Renifler l'air du temps et connaître les innovations mode actuelles
Se faire plaisir et se nourrir d'inspirations pour renouveler ses idées



*Sur inscription auprès de ebescos@eurovet.com
Le Samedi 20 et Lundi 22 de 16H00 à 19H00 et Mardi 23 de 10H00 à 13H00 -
50 € TTC par personne avec une navette organisée au départ du Salon ou de
Paris en fonction du créneau choisi.

EUROVET REINVENTE

Le shop staging pour ses détaillants

« Encore un grand merci pour votre intervention. Je suis vraiment ravie de ce relooking qui redonne un vrai coup de jeune à la boutique. Toutes les clientes de ce week-end ont été conquises par ce nouvel espace car c'est "comme dans les magazines" et « que cela se voit de dehors » Isabelle « La Parenthèse »

À l'instar du home staging qui bénéficie déjà d'une grande notoriété, le shop staging permet de redonner un coup de neuf aux boutiques avec peu de moyens (en temps et en budget). Encore peu usité, le shop staging fait des merveilles pour valoriser l'offre et l'image des lieux de ventes, augmenter la fréquentation et le panier moyen d'achat.

Sur cette idée inédite, Eurovet a lancé un concours via les réseaux sociaux du salon en Novembre qui a rencontré un vif succès et la participation de très nombreuses boutiques. Galicia Lingerie (Pau) et Isabella la Parenthèse (Montmorency) sont les 2 détaillantes gagnantes. Vanessa Causse, doing designer d'Eurovet est partie à leur rencontre pour organiser un espace pop-up store au sein de leur point de vente.

Une première initiative qui se transformera en véritable nouveau service pour Eurovet.



Avant



Après

EUROVET IDENTIFIE 4 APPROCHES

De retail sur le salon

Véritable accélérateur de business, le salon prend, cette saison, la forme d'un flagship parisien où scénographie, installations et animations inédites offrent de véritables outils destinés aux acheteurs et aux détaillants.

La nouvelle génération de consommateurs ultra connectés bouleverse les modes de consommations. De façon logique cette tendance accompagne la transformation des supports de vente, pour répondre au plus précis aux attentes des consommatrices. Où vendre ? À qui vendre ? et donc comment vendre ? Autant de questions auxquelles le salon répondra à travers un espace dédié.

Eurovet a identifié 4 approches complémentaires pour présenter les grandes tendances de demain qui s'entrecroisent et fusionnent pour une offre globale du secteur.

À découvrir sur le salon !

1. Une offre de produits « capsules » avec le Pop-up



Corporelle

Une offre pointue : des pièces surprenantes, une approche ultra créative, des collections capsules ... :

Murmur (Roumanie), Opaak (Allemagne), Corporelle (Russie), Paul & Joe x Cosabella (Italie), Lyn Lingerie (Suisse), Edge O' Beyond (Royaume-Uni), Le Petit trou (P o l o g n e) , S u p e r b e (France) , Cisô Ate l i e r (B r é s i l) , M a r i k a V e r a (Mexique), Undress Code (Pologne), Corsetorium (Royaume-Uni), Room 24 (Royaume-Uni), Marieyat (Royaume-Uni) ...

2. Une offre plus lifestyle avec le Concept Store

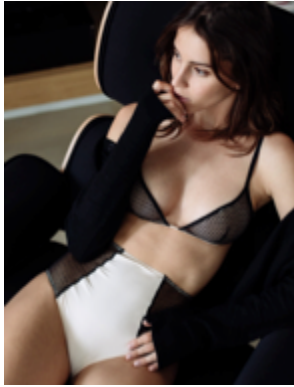


Hesper Fox

Une offre audacieuse : une proposition prescriptive, des produits additionnels, des collections « kraft » et « wellness » ... :

Hesper Fox (Royaume-Uni), Body & Clyde (France) , Rossell England (Royaume-Uni) , P Le Moul t (France), Hanky Panky (Etats-Unis), Max Mara (Italie), Pluto on The Moon (Belgique), Velvet Socks (Allemagne), Eberjey (Etats-Unis), Swedish Stockings (Suède), Joliderm (France)...

3. Une offre multi-média via le Online



Naélie

Une offre pertinente : un séduisant vestiaire, des valeurs sûres, des produits adaptables... : Premier, Artisan de Beauté (Japon), Nubian Skin (Royaume-Uni), Naelie (France), Albertine (France), Garçon Français (France), Hanro (Suisse), Mey Bodywear (Allemagne), Oscalito (Italie), Wacoal (Japon), Anita (France), Berlei (Royaume-Uni), Eberjey (Etats-Unis), Six (Ecosse), Kent (USA), Icone Lingerie (France) ...

4. Une offre identitaire avec le Store



DnuD

Une offre signature : une sélection de produits tendances et intemporels : Adina Reay (Royaume-Uni), Simone Pérèle (France), DnuD (France), Valery (Italie), Chantelle (France), Andres Sarda (Belgique), Marjolaine (France), Paloma Casile (France), Else Lingerie (Turquie), Chantal Thomass (France), Underprotection (Danemark), Huit (France), Wacoal (Japon), Maison Lejaby (France), Nancy Ganz (Australie) ...

Rendez-vous le 20, 21 & 22 janvier à Paris Expo Porte de Versailles !

FOLLOW Us !  

@lingerieswimwearparis_shows

@interfiliere

