

DISTRIBUTION

Les Nouveaux Concepts de Distribution

Le secteur de la distribution de l'habillement est en pleine évolution, et de plus en plus demandeur d'un véritable marketing opérationnel. Les boutiques doivent non seulement donner aux clients le plaisir et l'envie d'acheter, mais également valoriser la notoriété du distributeur ; ce dernier devenant bien plus qu'un point de vente, un véritable lieu d'achat.

La multiplication des magasins de type "concept-store" s'explique par la réponse qu'ils apportent aux nouvelles exigences de rêve, de découverte, de plaisir du consommateur, au-delà du simple acte d'achat. Ce type de point de vente s'est développé autour d'un thème, d'un engagement éthique, de la théâtralisation des produits...

Pour reconquérir la clientèle, le commerce s'humanise et parie sur la mise en scène des produits et des points de vente.

- ✓ Les tendances émergentes du commerce en France depuis 2000.
- ✓ Des modèles d'enseignes innovantes.
- ✓ Une approche internationale au travers d'exemples de nouveaux concepts.

SOMMAIRE

CHAPITRE I : STRUCTURE DE LA DISTRIBUTION DE L'HABILLEMENT

- Les circuits de distribution de l'habillement
- Les évolutions de la distribution
- Le nouveau consommateur : demandeur de rêve, volage et averti

CHAPITRE II : LES NOUVEAUX CONCEPTS DE MAGASINS

- Le merchandising au cœur de l'innovation
- Les magasins "univers"
- Les magasins "lieux de vie"
- Les concepts globaux

- Le produit comme concept
- L'approche éthique

CHAPITRE III : LES NOUVEAUX LIEUX D'ACHATS / DE VENTE

- Gares, aéroports : Gare du Nord, Roissy CDG
- Les nouveaux centres commerciaux : Carré Sénart, Val d'Europe...
- Lieux éphémères... Discothèques, plages, hôtels, distributeurs...

CHAPITRE IV : LES NOUVEAUX CONCEPTS... AILLEURS : UNE VISION INTERNATIONALE ET FUTURISTE ?

- Europe : Italie : un magasin univers autour de la "mini" ; le nouveau Nike store - Grande Bretagne : Selfridges

- Etats-Unis : Urban Outfitters et Anthropologie, Bloomingdales
- Moyen-Orient : Arabie Saoudite : projet planisphère

CHAPITRE V : COMMENT METTRE EN PLACE UN NOUVEAU CONCEPT ?

- La bonne analyse
- La bonne idée
- Le bon financement



→ Publication

→ Novembre 2004

→ 350 € HT

BON DE COMMANDE

| | Prix € HT | Prix € TTC (TVA à 5,5%) |
|--|-----------|------------------------------|
| Les nouveaux concepts de distribution | 350,00 | 369,25 <input type="radio"/> |

Société : _____

Secteur d'activité : _____ Site Web : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ E-mail : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Pays : _____

Téléphone : _____ Fax : _____

NIF : _____

Publications livrées avec facture dès réception du règlement à LA FEDERATION DE LA MAILLE

Ci-joint un chèque de : _____ €

Débitez sur ma carte de crédit le montant suivant : _____ €

VISA

DINERS

AMEX

Nom du porteur : _____

Numéro de la carte : _____

Date de validité : _____

Pour valider votre règlement de vente à distance, veuillez dater et signer :

Date : _____ Signature : _____

Si vous désirez payer par **virement net de frais bancaires**, voici nos coordonnées bancaires.

La Fédération de la Maille - BNP La Boétie - Code Banque : 30004 - Code Guichet : 00815

N° de compte : 00021484378-22

LA FEDERATION - EXPERTISE TEXTILE - 37/39, rue de Neuilly - 92110 Clichy - France

Tél.: +33 (0)1 49 68 33 50 - Fax: +33 (0)1 49 68 04 78

E-mail: namory@la-federation.com - Site Web : www.la-federation.com

Siret : 78435797200024 - APE : 911A - Organisme de formation : 11 92 11 81 892