

L'enseigne japonaise du groupe Fast Retailing, qu'on a longtemps connue timorée, semble enfin décidée à accélérer le rythme de sa croissance. Elle vient d'ouvrir dans le Marais, à Paris, mais, surtout, s'apprête à faire ses premiers pas en province, à Marseille.

Uniqlo ouvre sa cinquième boutique dans l'Hexagone

LES POINTS FORTS

L'esprit de l'ancienne usine dans laquelle Uniqlo s'installe est parfaitement conservé.

La théâtralisation de l'offre est une grande réussite, avec cet escalier central et cette cheminée de briques rouges.

Il est parfois assez difficile de se retrouver dans le magasin, mais l'espace grand ouvert reste très commerçant.

C'est loin d'être le plus grand magasin d'Uniqlo, avec ses seulement 900 m². Pour autant, cette boutique parisienne, ouverte au public ce vendredi 25 avril, rue des Francs-Bourgeois (IV^e arrondissement), a tout pour devenir la vitrine de l'enseigne japonaise en France. Car, pour un coup de maître, c'est un coup de maître. Un emplacement stratégique, en plein cœur du quartier du Marais, d'abord. Et, surtout, une réussite architecturale qu'on n'avait plus vue depuis longtemps. Pour dire les choses de manière plus abrupte : un effet « waouh » qui, pour une fois, n'est pas galvaudé. Uniqlo, pour ce magasin si particulier, s'est entouré des conseils du cabinet Wonderwall. Lequel, déjà, avait œuvré pour concevoir le magasin de la rue Scribe, à Opéra (IX^e arrondissement). Un pari un peu fou, que ce projet du Marais : celui de s'installer en lieu et place de l'ancienne usine de la Société des Cendres,

opérationnelle jusqu'en 2002. Une création du XIX^e siècle avec, pour vocation, de traiter les rebuts des bijoutiers et joailliers pour en récupérer les matières précieuses, et notamment l'or. Et qui dit usine, dit cheminée. Une magistrale et impressionnante cheminée de briques rouges, haute de 35 mètres, et qu'Uniqlo a heureusement conservée.

Mieux, cette cheminée est maintenant le pivot du magasin. La première chose que l'on voit, en entrant. Et c'est là, clairement, que l'effet « waouh » joue. On dira ce qu'on voudra sur les vertus du « marketing architectural », mais cette première impression, fortement positive, influe forcément sur l'envie d'acheter.

Comme dans un musée

L'ensemble de la structure de l'ancienne usine est maintenu dans ce magasin, servant à sublimer les collections : les poutrelles métalliques et, en sous-sol, une ancienne meule et quelques outils, mis sous verre, comme dans un musée. Le talent de « mise en rayons » des équipes Uniqlo prend ensuite le relais. Les gammes, résolument colorées et modernes de l'enseigne japonaise, s'inscrivent parfaitement dans le cadre. Il faut voir ces murs de couleurs vous sauter aux yeux et attirer le regard...

La boutique, qui s'étend sur trois niveaux – deux et demi dira-t-on, tant le sous-sol est quand même petit –, est truffée de mannequins de présentation. Pour autant, là où, d'ordinaire, on se lasse très vite de ces modèles un peu



Une entrée spectaculaire, avec une vue, immanquable, sur cette cheminée de briques rouges, haute de 35 mètres, héritage de l'ancienne usine qui occupait autrefois le site.



PHOTOS © ANTONIA MACHAYEKHI

Le magasin conserve, en plus de la cheminée, d'autres traces de l'ancienne Société des Cendres, qui se situait là. Un minibus est ainsi installé en sous-sol.



La façade extérieure, au 39 de la rue des Francs-Bourgeois, dans le quartier du Marais, à Paris est, elle, nettement plus anonyme. Sobre à tout le moins. Normal, le bâtiment est classé.

froids, Uniqlo parvient à en faire une force de théâtralisation. Ils attirent, ces mannequins, et mettent en valeur les vêtements qu'ils portent. Pour une fois, le mannequin est au service du produit, et pas simplement utilisé comme artifice de mise en scène...

Pour le reste, les prix Uniqlo, polos à 20 € ou jeans à 40 €, font leur petit effet, également. Un mot, justement, sur cette dernière catégorie des jeans. Uniqlo les a rassemblés de manière

très maligne dans une petite pièce à l'étage. Une manière, enfin, de pouvoir se retrouver un peu, dans ce magasin.

Manque de repères

Car, évidemment, cette boutique n'est pas exempte de défauts. Des défauts d'ailleurs fréquents chez Uniqlo. On parle d'un manque, assez cruel, de moyens de se repérer. Heureusement que l'ensemble est ouvert pour permettre de



Un même polo, à moins de 20 €, décliné sous une multitude de couleurs: un point clé de la réussite d'Uniqlo.



Profusion de mannequins de présentation dans ce magasin. Mais sans aller jusqu'au trop-plein. Tous, au contraire, mettent bien en avant les vêtements qu'ils arborent.



La théâtralisation est particulièrement soignée. Et ce même si les références exposées sont très nombreuses.

PHOTOS © ANTONIA MACHAYEKI



Un bémol majeur: le temps d'attente aux caisses qui, fort de l'afflux suscité dans cette boutique, s'annonce bien (trop) long.



Une hauteur sous plafond impressionnante, qu'Uniqlo utilise intelligemment pour présenter ses collections, dans un jeu de couleurs intéressant.

Uniqlo en chiffres

- **Près de 900 m²** de surface dans le Marais
- **5** magasins en France. Bientôt 6 avec celui de Marseille
- **1 383** magasins Uniqlo dans le monde
- **17** boutiques en Europe de l'Ouest (Royaume-Uni, France et Allemagne)
- **8 Mrds €** de CA pour le groupe Fast Retailing en 2013

Source: Fast Retailing

distinguer ce que l'on cherche. Cela manque de PLV mais, en même temps, si PLV il y avait, cela viendrait rompre le charme de l'architecture. Problème insoluble, en somme.

Accélération en Europe de l'Ouest

Problème qu'Uniqlo règle finalement en faisant de son magasin un espace de visite tout autant que d'achats. Il faudra ainsi sans doute prendre pour habitude de faire ses courses ici avec, pour voisin, un photographe amateur, se contorsionnant pour trouver le bon angle de prise de vue... Dans tous les cas, il s'agit, pour Uniqlo, d'une implantation réussie. Sa cinquième en France. Toutes à Paris, et proche banlieue, pour l'heure,

après la Défense, en décembre 2007 (1 600 m² aujourd'hui), Opéra (2 000 m²) en 2009, So Ouest en 2012 (990 m²) et Beaugrenelle (990 m²) en octobre dernier. En attendant, une première ouverture en province, à Marseille, dans le centre des Terrasses du Port, prévue le 24 mai, sur 700 m². Soit trois ouvertures en sept mois. Uniqlo accélère enfin. D'autant que l'enseigne vient également de faire son entrée en Allemagne, à Berlin. Associés aux 10 magasins britanniques, cela fera donc 17 points de vente de la marque japonaise en Europe de l'Ouest. De quoi commencer à en faire une tête de pont assez solide pour se développer encore. ■

JEAN-NOËL CAUSSIL