

**BOUTON NOIR**

Creative Attitude Auchan

**Lancement**

Avril 2015 à Villeneuve-d'Ascq



**LES PLUS**

- Des prix attractifs, de par une présence au sein d'Auchan, qui permet de mieux maîtriser ses coûts.
- Une offre globale, masculine et féminine, allant de la chemise à la veste, en passant par le jean ou la jupe, et bientôt la robe et le manteau.

AUCHAN

CONCEPT NON ALIMENTAIRE



## Bouton noir démocratise le sur-mesure en hypermarchés

Né au sein de Creative Attitude d'Auchan, qui propose aux salariés de développer leurs concepts innovants, Bouton noir a ouvert à Villeneuve-d'Ascq, dans le Nord, en avril dernier.

« Je suis entrée chez Auchan il y a douze ans, comme chef de rayon, puis chef de secteur. J'ai déposé le projet de Bouton noir auprès de Creative Attitude, lancé par le groupe pour encourager les salariés à proposer des idées nouvelles. »

**Cindy Lebriez,**  
créatrice de Bouton noir

Comme Les Nouveaux Ateliers, concept primé par LSA en 2013, ou comme Tailor Corner... mais en plein hypermarché. Bouton noir, c'est cela : apporter le sur-mesure et ses codes premium dans ce temple de la consommation mass market. Un pari certes audacieux, mais qui n'a rien de fou. Bien au contraire. « Nous sommes implantés en shop in the shop, sur 46m<sup>2</sup>, à l'intérieur même de l'hyper Auchan de Villeneuve-d'Ascq », précise Cindy Lebriez, créatrice du concept.

De quoi ainsi largement bénéficier des flux de clientèle de l'hyper. « Cela intrigue et attire », soutient la créatrice qui explique avoir travaillé avec un architecte roubaisien pour concevoir un concept reprenant les codes du luxe. Du luxe, mais pas trop... « Notre volonté est de rendre le sur-mesure accessible, avec la chemise à partir de 49€, et le costume à comp-

ter de 209€, voire le jean, depuis cette fin d'année, dès 69€. Le tout, insiste Cindy Lebriez, avec des offres pour hommes et pour femmes, ce qui fait la vraie particularité de notre concept. »

**Objectifs tenus**

Mais le concept, justement... Vous vous installez comme dans ce qui ressemble à une cabine d'essayage, appelée Bodyscan, et voilà qu'en moins de temps qu'il ne faut pour le dire, soit six petites secondes seulement, l'appareil prend de vous 110 mesures. Votre avatar est ainsi créé en 3D avec toutes vos mensurations précises. Vous n'avez plus qu'à choisir, parmi une multitude de choix, votre tissu, sa couleur, la forme du col, des poignets, des poches, les boutons, etc. « Pour éviter toutes fautes de goût et mauvaise surprise, cela demande une nouvelle organisation de la relation clients, soulève Cindy Lebriez.

Ainsi, pour accompagner une première commande, cela nous demande entre trente et quarante-cinq minutes environ. C'est évidemment plus rapide ensuite, puisque le patron numérique est sauvegardé. »

Pour l'instant, Bouton noir compte plus de clients hommes que femmes. Mais le jean, maintenant également proposé, de même que la jupe ou, bientôt, la robe et le manteau, devraient aider à féminiser la cible.

Les débuts sont en tout cas prometteurs, avec 500 chemises et 400 costumes vendus. Et si les premiers mois ont été difficiles, consacrés à faire connaître le concept, depuis, les objectifs – fixés à 350 000€ de chiffre d'affaires la première année – sont tenus. Tellement que d'autres ouvertures sont à l'étude : peut-être quatre, dès 2016, au sein d'autres hypers Auchan. ■■

JEAN-NOËL CAUSSIL