

Samsung Pop et high-tech store

Marier sport, musique et technologie, c'est le pari qu'a fait Samsung avec son nouvel espace éphémère, niché au cœur de l'AccorHotels Arena. Un pop-up store qui n'en est pas vraiment un mais plutôt un lieu de découverte, où les sens sont à l'honneur, et qui met en valeur les produits innovants de la marque coréenne. **PAR CÉCILE BUFFARD**

Ne dites pas pop-up store mais boutique éphémère. En installant à l'AccorHotels Arena (ex-Bercy) un espace de divertissement, Samsung veut remplir cet espace-temps où les spectateurs attendent le début d'un concert ou d'une manifestation sportive... Et leur faire vivre une expérience globale. *"Contrairement au pop-up store, dont le principal objectif est le retour sur investissement, nous voulions avant tout bénéficier du trafic naturel de Bercy pour ouvrir un espace supplémentaire. Cette structure éphémère a pour mission de créer l'événement à un endroit où on ne nous attend pas forcément et offrir une expérience produits dans un espace pensé pour autre chose que la vente",* explique Pauline Dujardin responsable shopper experience et brand events à l'agence Cheil France. Pas d'espace de vente donc, ni de consultation ou d'achats en ligne, la

marque coréenne joue la carte de la différenciation en mettant à la disposition des visiteurs des produits complexes à valoriser en magasin, comme les casques de réalité virtuelle Gear VR ou les montres connectées. *"Nous avons facilité l'accès à ces produits, présentés de façon plus simple et pédagogique",* ajoute Pauline Dujardin. Des animateurs, dont le nombre varie selon l'affluence, sont présents pour expliquer le fonctionnement de ces nouvelles technologies et cultiver la relation client.

VIVRE L'ÉMOTION EN DIRECT

Avec ce nouvel espace, Samsung s'offre une troisième vitrine à Paris. Et c'est un véritable parcours que la boutique éphémère propose, divisé en quatre zones "inspiration", "émotion", "vibration" et "immersion", chacune consacrée à l'exploration des sens. *"Le point de départ*

de ce concept était de faire vivre en direct l'émotion, explique Anaïs Vongnarath, en charge du projet Samsung Live Zone chez Cheil. Samsung veut profiter de l'esprit du nouveau Bercy pour délivrer un discours différent de celui des marques vendues en magasin et créer un univers à part entière". Ce nouvel espace est aussi l'occasion de valoriser les innovations du groupe : la nouvelle montre connectée Gear ou le casque Level On et favorise les retours clients. Seul petit bémol, en raison des mesures de sécurité liées à l'État d'Urgence, des barrières bloquent l'accès de l'entrée principale de l'AccorHotels Arena et les contrôles de sécurité ralentissent le flux des visiteurs et limitent les allées et venues à l'intérieur du bâtiment. Une raison pour laquelle la date de fin de cet espace éphémère n'a pas encore été fixée. Histoire de donner sa chance au concept, dans un contexte tourmenté.



Zone immersion

Confortablement installés dans des sièges-bulles, véritables petits cocons, les visiteurs peuvent tester le casque de réalité virtuelle Gear VR qui diffuse des mini-films de 2 à 3 minutes. Pour recharger les smartphones fatigués, des tables équipées de chargeurs à induction sont mises à disposition des détenteurs de Samsung 6 et 7.



Une "Live Zone" scénarisée

Le pop-up store Samsung n'est pas un endroit de destination mais de circulation, où l'expérience client est scénarisée et encadrée. Dans cet espace éphémère, l'agence de design Cheil a mélangé les courbes, les arrondis et les formes plus rectilignes. Objectif: casser les lignes et créer des univers distincts afin de faciliter le parcours client et la découverte des différents produits.



Zone inspiration

C'est ici que l'on peut découvrir les montres connectées Gear S2, les découvrir, les tester, les prendre en main. Un film de démonstration défile sur un écran plasma accroché au mur, montrant toutes les possibilités de la connectivité entre ces montres et le smartphone. Il met également en valeur ces objets, rappelant que les montres connectées sont aussi et avant tout des montres, non dénuées d'un certain sens de l'esthétisme.



Zone vibration

Cet espace est dédié à la musique. Mélangeant les ADN de Samsung et de Bercy, il privilégie l'expérimentation. Les visiteurs peuvent manipuler les casques Level On et, grâce à une application digitale, s'improviser DJ. L'occasion, pour la marque, de montrer son savoir-faire sur l'audio.

Zone émotion

Grâce à son téléviseur curved HD, Samsung fait le lien avec Bercy et présente le planning des animations du palais omnisports. On peut également y découvrir du contenu en lien avec les concerts, les artistes ou les manifestations sportives qui se déroulent sur les lieux. Avec sa "live zone", Samsung veut être la première étape du spectacle.

