



digital.union@sonapresse.com

L'actu du web

Par I.M'B

POP-UP STORE : LE SECRET DE VENTE DE RIHANNA



Rihanna et Puma ont signé leur dernière collaboration à travers une collection lors de la Paris Fashion Week. Les fervents utilisateurs d'Instagram ont eu la chance de pénétrer dans les coulisses du show à travers des clichés que la star a postés. Avant la presse et les invités, les internautes ont pu assister ainsi aux préparatifs du défilé tout en profitant d'un aperçu de cette collection inédite tant attendue. Éloquence de la puissance des réseaux sociaux : plus de 100 000 personnes ont regardé la vidéo en live sur Instagram tandis qu'une pluie de commentaires a déferlé sur la page.

POP-UP STORE : PENSEZ AUX ASPECTS JURIDIQUES

Avant d'organiser un Pop-up Store au Gabon, il convient de s'informer auprès des autorités municipales et du commerce. En France, même si sa durée d'ouverture est limitée dans le temps, une boutique éphémère doit être déclarée au registre du commerce et des Sociétés : tel est l'édifiant enseignement de l'arrêt de la Chambre criminelle de la Cour de cassation du 28 mars 2017 n° 16-81944. Un commerçant a ainsi été déclaré coupable de travail dissimulé par dissimulation d'activité pour s'être soustrait à l'obligation de requérir l'immatriculation complémentaire d'un établissement secondaire au registre du commerce.

TELEGRAM PREMIUM : LA VERSION PAYANTE



Telegram s'apprêterait à lancer une version payante qui donnerait accès à des autocollants et des réactions exclusives. Un nouveau moyen pour l'application de messagerie de générer des revenus. Telegram a publié une mise à jour introduisant de nombreuses nouveautés : emojis, bots améliorés, sons de notifications personnalisés, suppression automatique des messages.

LES COMMUNAUTÉS

Pop-up street stores à Akanda : acheteurs et vendeurs du virtuel au physique

Innocent M'BADOUA
Libreville/Gabon

B IEN qu'embryonnaire, le phénomène des brocantes ou Pop-up street stores fait son bonhomme de chemin à Akanda. Et des communautés de vendeurs et d'acheteurs se constituent autour de ces boutiques éphémères dont les annonces et la publicité se déroulent sur les réseaux sociaux (Telegram, VKontakte, WhatsApp, Facebook).

Il n'y a rien de nouveau sous le soleil, ce phénomène est importé d'Occident où les Pop-up street stores se sont popularisés sur VKontakte ou Facebook. Le magasin éphémère (ou boutique éphémère) est une approche du marketing basée sur l'ouverture de points de vente pour de courtes durées. Une boutique éphémère est similaire à un point de vente classique, mais de manière temporaire. Pop-up store, magasin temporaire ou encore boutique éphémère, ce concept est connu sous plusieurs noms. Il s'agit d'un espace de vente éphémère qui consiste à créer un événement. Son histoire remonte en 1967 lorsque le créateur de mode Elio Fiorucci décide de promouvoir son enseigne.



Un modèle de boutique éphémère

En effet, l'ouverture d'une boutique éphémère peut souvent très facilement générer un fort intérêt médiatique, qui peut être utilisé pour promouvoir de nouvelles offres. À long terme, la couverture médiatique favorise le développement de la marque et le renforcement de son image. À Akanda, les Pop-up street stores

se déroulent un peu partout où il y a des espaces libres : parking, autour du stade de l'Amitié, peu avant l'hôpital d'instruction des Armées, entre le commissariat de police et le carrefour clando Delta, etc.

En France, comme à Akanda, les communautés de vendeurs et d'acheteurs s'organisent à

partir des réseaux sociaux et se rencontrent de manière ponctuelle pour matérialiser l'acte d'achat ou de vente. Des plateformes Pop-up stores Telegram existent en France. À Akanda, une placeMarket digitale fait office de Pop-up store en ligne.

EXPRESSION DIRECTE

ADRIEN KERBRAT AU SUJET DES POP-UP STORES : " LES BÉNÉFICES SONT MULTIPLES "

I.M'B.
Libreville/Gabon

S pécialiste des Pop-up stores, animateur de réseaux sociaux en France, Adrien Kerbrat a répondu à certaines de nos questions.

Quelles sont les spécificités du Pop-Up Store ?

D'abord sa durée : un jour, un week-end, un mois, un an. Ensuite, sa localisation ; souvent des zones à fort trafic ou à fort potentiel comme les centres-villes, les centres commerciaux, les rues commerçantes, des parkings. Et il y a son prix, bien moins élevé qu'un bail traditionnel, payé en

intégralité avant l'entrée dans les lieux. Enfin, son utilité qui consiste à vendre des produits, renforcer une présence pendant les temps forts de l'année, lancement de nouvelles lignes, brand awareness, tester une idée ou un marché, surfer sur la tendance.

Quels sont les bénéfices du Pop-Up Store ?

Les bénéfices sont multiples. D'abord, renforcer le lien avec le consommateur : le format du Pop-Up Store permet d'aller à la rencontre de ses clients et de tisser des liens plus forts. Deuzio : tester de nouveaux marchés. Tertio, vendre davantage. Environ 95 % des achats sont toujours

effectués en boutique. C'est donc l'opportunité de créer une vraie stratégie de détaillant ! Se faire connaître : les consommateurs et les médias adorent parler des Pop-Up Stores ! Contribuez à votre propre rayonnement. Le prix : lancer un Pop-Up Store est 80 % moins cher qu'un bail traditionnel.

Où trouver un espace pour faire un Pop-Up Store ?

Grâce à Storefront, vous pouvez trouver un espace éphémère en 3 clics. Lofts, boutique sur rue, appartements, centres commerciaux... Vous trouverez tous types d'espaces sur certains sites en ligne.

