



DISTRIBUTION

Womb bichonne les bébés autant que leurs parents

La nouvelle enseigne, qui vient d'ouvrir un magasin à Paris, propose des produits dédiés aux tout-petits, ainsi que des ateliers et des services pour leurs parents.



LE MAGASIN WOMB DE LA RUE RAMBUTEAU A PARIS. A côté des espaces de vente, un niveau entier est réservé à des ateliers pour aider les jeunes parents à préparer l'arrivée du bébé, avec par exemple des cours de yoga, des cours de cuisine Baby Cook ou d'initiation à la relaxation.

WOMB signifie «ventre» en anglais. Mais c'est surtout le nom de la toute nouvelle enseigne dédiée à l'univers du bébé qui vient d'ouvrir rue Rambuteau, à Paris. Une boutique de 250 m² que Sarah d'Eer, la dirigeante, conçoit avant tout comme un lieu de vie dédié à la petite enfance. Cette jeune trentenaire d'origine flamande entend non seulement proposer le meilleur aux tout-petits mais également bichonner leurs parents : «*Dans cette frénésie citadine, les parents ont aussi besoin qu'on prenne soin d'eux, qu'on les soutienne dans leur rôle, parce qu'ils se posent mille questions sur la parentalité, qu'ils ont envie de s'équiper "intelligent" et surtout de bien faire... sans renoncer à eux.*»

Ainsi, à côté des espaces de vente, un niveau entier est réservé à des ateliers pouvant aider les mères et les pères à se consacrer à l'arrivée de leur bébé, en suivant, par exemple, des cours de yoga pré et post-natal, des séances de sophrologie, des cours de cuisine «spécial *Baby Cook*» ou de préparation à l'accouchement, sans oublier les initiations aux massages et à la relaxation, ainsi que les conseils de remise en forme de la jeune maman.

«*Nous développons également un service de conciergerie pour faciliter le quotidien des jeunes parents, avec une offre de bons plans et de solutions pratiques, tels que la recherche de nounous ou de baby-sitters, l'organisation de "baby-showers" ou la création de faire-part de naissance*», énumère la jeune femme, qui propose également la création de listes de naissance, thématiques ou non.

Une offre de services jugée «*tout aussi importante*» que la sélection produits, ultra-diversifiée : plus de 219 marques (et 7.700 références) occupent l'espace. Le rez-de-chaussée est dédié à la puériculture, avec la présence du show-room *Babyzen*, marque française de poussettes au

design et système de pliage innovants, et d'un vaste libre-service mode et matériel, où se côtoient les dernières poussettes *Bugaboo* designées par *Diesel*, des chancelières *Iglu* doublées de peau lainée (*Kaiser*), des égouttoirs organisateurs (*Bellemont*), des sacs à langer (*Stokke*), transats (*Bloom*), sweats douillets (*Emile et Ida, Blune*), marinières et manteaux (*Petit Bateau*), chaussons en peau retournée (*Petit Nord*), combinaisons de ski, pulls en coton, joggings (*Imps & Elfs*) et autres robes brodées (*Arsène et les Pipelettes*).

Au sous-sol sont proposés la déco et le mobilier. Avec une nette influence fifties et scandinave, styles de prédilection de Sarah d'Eer. De petites alcôves permettent la mise en valeur d'ambiances spécifiques, comme un décor cocoon signé *Leander*, avec berceau suspendu en bois clair et table à langer escamotable. Sous l'escalier, un espace de jeux permet de divertir les enfants sur place.

Conçu par l'agence de design *Mur*, le

Outre Paris, Womb a ouvert deux magasins à Aix-en-Provence.

décor contemporain de la boutique marie avec succès ambiance industrielle et atmosphère naturelle. «*C'est un concept de magasin qui s'adapte facilement à l'environnement et peut ainsi être décliné*», explique celle qui ne cache pas sa belle ambition : lancer une marque propre et poursuivre l'implantation de son enseigne, qui possède déjà trois points de vente. Si Sarah d'Eer ne compte que trente printemps, elle a déjà de belles saisons d'expérience dans l'univers de l'enfant et du bébé derrière elle. En 2012, elle a ouvert deux magasins spécialisés baptisés *Pepa's*, l'un à Paris, l'autre à Aix-en-Provence. Deux points de vente passés récemment sous pavillon *Womb*. Ce qui porte déjà à trois le nombre de concept stores *Womb* en France.

MARIE-EMMANUELLE FRON ●

Eurocis imagine le magasin de demain

Le Salon des technologies commerciales de Düsseldorf se tiendra du 24 au 26 février 2015.

EUROCIS, le grand Salon européen des technologies commerciales organisé par *Messe Düsseldorf*, aura lieu du 24 au 26 février 2015 dans la métropole rhénane. La manifestation devrait réunir 250 exposants issus de 25 pays, dont *Aures, Ingenico, Toshiba, Sap, Umdasch* ou encore *Wincor Nixdorf*, et elle compte accueillir plus de 7.000 visiteurs venus de 40 pays. Quelque 7.500 m² de surface nette d'exposition, soit plus qu'en 2013, année de sa dernière édition en solo (en 2014, *Eurocis* a été intégré au grand Salon *Euroshop*), ont déjà été réservés.

«Pour cette édition, nous aménageons un nouvel espace dédié au multicanal et mettons en place un concept clés en main pour les start-up», indique Elke Moebius, responsable du Salon. Nous installons également des systèmes iBeacon (balises ou systèmes de positionnement en intérieur, Ndlr), lesquels donneront en temps réel des informations sur le Salon aux visiteurs qui ont préalablement téléchargé l'application sur leur smartphone.»

Le Salon couvrira par ailleurs tous les univers des technologies pour le commerce (gestion multicanal, traitements des données, systèmes de paiement, solutions e.commerce, gestion de la chaîne logistique, solutions mobiles, gestion de l'encaissement, du personnel, solutions de prévention contre les pertes). Il accordera une place importante au paiement sur mobile, qui devrait révolutionner les processus commerciaux au cours de ces prochaines années. Les visiteurs pourront notamment découvrir de nouvelles solutions combinant le paiement et le marketing sur

mobile avec des offres ou coupons de réduction envoyés sur les smartphones, lesquels peuvent ensuite être présentés pour l'encaissement devant le terminal de paiement compatible sans contact.

Le *Forum Eurocis* proposera des conférences (bilingues allemand-anglais) sur les évolutions récentes dans tous ces domaines. Enfin seront remis les *Retail Technology Awards Europe* et le Prix des sciences commerciales. Cette dernière distinction récompense les travaux scientifiques qui proposent des idées innovantes transposables dans le commerce.

Par ailleurs, *Euroshop Düsseldorf*, le grand Salon de l'équipement des magasins, qui se tient tous les trois ans en Allemagne, élargit son rayon d'action en se déclinant en Chine. Du 13 au 15 mai 2015, un dérivé d'*Euroshop*, baptisé *C-Star*, se tiendra à Shanghai. *C-Star* suivra l'exemple d'*Euroshop*, en couvrant des domai-

nes aussi variés que l'agencement de magasins, l'éclairage, l'architecture intérieure, la technologie spécifique au commerce de détail, le multicanal, le merchandising visuel et le marketing, mais aussi le montage de stands.

C-Star est partenaire de *Chic*, le plus important Salon de mode en Asie. «Dès le prochain *Chic* à Shanghai, en mars 2015, il y aura un lounge *C-Star*, qui ne donnera pas seulement des informations sur *C-Star* mais qui invitera aussi les détaillants chinois à nouer des contacts, comme l'explique Flora Wang, de la China National Garment Association, tout en précisant : *Le point d'orgue de notre collaboration va être le Fashion Future Retail Award, créé ensemble par Chic et C-Star, avec un jury international composé d'experts de la mode et des affaires qui récompensera le meilleur détaillant mode en Chine.*»

CATHERINE PETIT ●



LA DERNIÈRE ÉDITION D'EUROCIS. Le Salon rassemblera 250 exposants issus de 25 pays et compte accueillir 7 000 visiteurs venus de 40 pays