

L'OCCITANE pousse l'expérience client à un niveau inédit et bouscule la Cinquième avenue de New York en ouvrant un concept store expérientiel

Genève/New York, le 23 août 2018 - Le Groupe L'OCCITANE, leader mondial dans la fabrication et commercialisation de cosmétiques à base d'ingrédients naturels et biologiques, continue de redéfinir l'expérience d'achat en magasin, en inaugurant un tout nouveau concept store L'OCCITANE en Provence sur la prestigieuse Cinquième Avenue de New York.



Le concept store 555 5th Avenue, situé au numéro 555 de la Cinquième Avenue, est un espace immersif unique qui s'étend sur 173 m², qui présente au public les piliers fondamentaux de la marque grâce à un éventail de points de contact interactifs mis à disposition des clients. Conçu par Daniel Contorni, Directeur Artistique International de L'OCCITANE, et Paul Blackburn, Vice President, Concept Design, Construction & Merchandising, le 555 5th Avenue sera un lieu en évolution constante mettant en valeur les différentes campagnes au fil des saisons.

La boutique expérientielle L'OCCITANE qui existe déjà à Flatiron offre un niveau de service exceptionnel et une innovation de pointe en matière de soins de la peau. Le 555 aura une approche plus disruptive pour attirer de nouveaux clients, en favorisant l'engagement et la production du contenu sur les réseaux sociaux par les clients eux-mêmes. La boutique comprend une vasque à cascade, un espace de consultation

interactif pour les soins de la peau, un banc en forme d'arc construit autour d'un olivier méditerranéen, et un comptoir rehaussé avec les caisses s'inspirant de l'accueil d'un grand hôtel.

La création d'une expérience sur mesure pour les clients L'OCCITANE à travers le monde

Le 555 5th Avenue s'inscrit dans la stratégie d'innovation autour de l'expérience client portée par le Groupe L'OCCITANE (L'OCCITANE au Provence, L'OCCITANE au Brésil, Erborian et Melvita). Le Groupe poursuit une forte stratégie commerciale autour du concept du « *customer first* » mettant le client au cœur de l'expérience d'achat, et en cherchant constamment à le surprendre et à surpasser ses attentes afin de lui offrir une expérience en magasin inoubliable. Dans le monde digitalisé d'aujourd'hui, les clients entrent rarement dans un magasin L'OCCITANE parce qu'ils en ont besoin, ils sont d'abord là pour s'amuser, se faire gâter et vivre une expérience.

Pour s'adapter aux différentes préférences des consommateurs à travers le monde, L'OCCITANE a adopté une approche « globale » et développe des expériences créatives adaptées à la clientèle locale. Parmi les exemples récents, les « flagship store » et les concepts « art de vivre » au Brésil, à Paris, à Londres, en Chine, à Singapour et à Toronto, chacun avec son propre style et son propre portefeuille de services exclusifs :

- Au Brésil, le style « Casa Brasileira » a été créé pour incarner l'esprit authentique et accueillant des maisons brésiliennes typiques.
- Au 86CHAMPS à Paris, un concept store unique sur les Champs-Élysées issu du partenariat entre L'OCCITANE et le chef pâtissier étoilé Pierre Hermé. Ici les clients peuvent savourer, autour d'un élégant comptoir central, de délicieux desserts et macarons inspirés des ingrédients emblématiques de L'OCCITANE.
- Le « flagship store » de Regent Street à Londres offre la possibilité de graver des produits, des massages de bras et de mains, des consultations de beauté dans une cabine privée, ainsi qu'une dégustation de macarons édition limitée signés Pierre Hermé dans le lounge au 1er étage.
- En Chine, le marché où l'année dernière L'OCCITANE a connu la croissance la plus rapide, les vendeurs montrent comment emballer les cadeaux avec l'art du pliage à la japonaise, l'expérience est filmée, ainsi les clients peuvent facilement la partager sur les réseaux sociaux.
- Un concept de café pop-up a été lancé à l'Ion Orchard Mall de Singapour en juillet, en partenariat avec Janice Wong, pâtissière asiatique réputée et protégée de Pierre Hermé.
- Le nouveau « flagship store » du Yorkdale Mall à Toronto dispose de capsules suspendues inédites qui permettent aux visiteurs de voir, d'entendre, de toucher, et de sentir les saveurs de la Provence grâce à une expérience immersive numérique.

Des cafés et macarons en magasin, aux produits personnalisés et aux soins de beauté offerts, L'OCCITANE continue d'innover pour attirer toujours plus de nouveaux clients dans ses magasins. L'une de ces innovations a été de faire venir la boutique directement au client, grâce à L'OcciTruck, la première boutique sur roues de la marque en Amérique du Nord, lancée en avril 2018.

À New York, L'OCCITANE pousse l'expérience client à un niveau inédit grâce à ce dernier concept store expérientiel. « *Au 555 5th Avenue, l'expérience de chaque client se veut unique et nous sommes ravis de lancer cette boutique interactive* », a déclaré Christina Polychroni, Regional Chief Marketing & E-Commerce Officer pour l'Amérique du Nord. « *Les clients pourront explorer l'histoire de la marque L'OCCITANE et ses produits phares à travers des installations immersives en constante évolution, qui font écho à l'art de vivre provençal et à de moments riches en émotions* ».

Le développement durable au cœur de l'activité de L'OCCITANE

L'OCCITANE est profondément engagé dans le respect de l'environnement et dans la préservation de la biodiversité. Le 555 5th Avenue fera partie du Programme de Recyclage de L'OCCITANE, un partenariat avec la société internationale de recyclage TerraCycle qui incite les clients à déposer les emballages vides de produits de soins personnels et de cosmétiques, quelque soit leur marque, dans les points de vente L'OCCITANE participants.

Pour plus d'informations sur le 555 5th Avenue, des informations supplémentaires et des images haute définition, téléchargez le communiqué de presse ci-joint.

Le 555 5th Avenue est situé entre la 45^{ème} et la 46^{ème} rue à New York.

A propos du Groupe L'OCCITANE

Le Groupe L'OCCITANE fabrique et commercialise des produits de bien-être cosmétique à base d'ingrédients naturels et biologiques. Avec plus de 3 000 points de vente, dont plus de 1,500 boutiques en propre, le Groupe est présent dans 90 pays à travers le monde. Un leader dans le marché du beauté premium, le Groupe L'OCCITANE offre des cosmétiques de qualité supérieure qui sont fabriqués avec des technologies de pointe, tout en respectant l'environnement. Le Groupe a quatre marques : L'OCCITANE en Provence, L'OCCITANE au Brésil, Erborian et Melvita.

Contacts médias

GROUPE L'OCCITANE CORPORATE COMMUNICATIONS

Heidi Farr – heidi.farr@loccitane.com
0041225610866 / 0041786546372

Luisa Vittadini – ELAN EDELMAN - luisa.vittadini@elanedelman.com
0033186215051 / 0033623001772