

# Ephémère attitude

*La boutique traditionnelle connaît une révolution. Bienvenue dans le marketing de l'éphémère. Une marque investit, pendant quelques jours ou quelques semaines, des friches industrielles ou des locaux commerciaux désertés pour y vendre ses produits branchés ou déstockés. Et le public s'y précipite !*



Boutique éphémère ou « Guerilla Store » de la marque Comme des garçons.

Le magasin de style concept-store, où l'on vendait tout à la fois vêtements et gadgets, et où l'on pouvait apprécier une expo de photos et siroter un thé exotique en écoutant le dernier tube électro est déjà « ringard » puisque la nouvelle tendance est dans l'éphémère. D'origine anglo-saxonne, cette idée, lancée entre autres en 2008 par la marque de mode Comme des Garçons (photos), fait des petits. Dénommées « pop-up retails » ou encore « guerilla stores », ces boutiques, à la déco minimale, investissent durant un temps très limité des lieux urbains abandonnés afin d'y

tester de nouveaux produits, un nouveau marché ou d'y écouler des fins de série bradés, crise oblige. Citons à titre d'exemples Replay à Shanghai, Colette et Gap à New York, Comme des Garçons à Tokyo et Berlin, Nike à Pékin, Les Petites à Lille, Puma à Alicante. Alerté à la dernière minute par des messages sur internet, le consommateur-initié, toujours en quête de nouveauté, plebiscite ce concept innovant. Celui-ci s'adapte d'ailleurs parfaitement à l'univers de la mode, chic et avant-gardiste, mais peut aussi se décliner dans la vente d'objets plus usuels, pratiques et peu chers (électro-

menager pour Chronostock). La date de péremption est décidément tendance. Lors de la dernière semaine du Fooding, le Centre d'information des viandes avait ouvert un restaurant éphémère, confié au chef Yves Camdeborde, dans une ancienne crèmerie. L'enseigne Le Printemps a aussi succombé à la tentation en installant l'année dernière dans son grand magasin parisien du boulevard Haussmann, un restaurant temporaire chaperonné par le chef Pierre Gagnaire. La course folle à la consommation va-t-elle un jour s'arrêter ?

**Karine Perillat**