

Imprimer | Retour

## DISTRIBUTION

# Biqlo: le co-branding entre Big Camera et Uniqlo buzze à Tokyo

Par Pascale Brousse \* fondatrice de l'agence prospective Trend Sourcing, 12/11/2012

**Biqlo a ouvert en grandes pompes le 27 septembre à Shinjuku (4.000 visiteurs le jour de l'ouverture). C'est le résultat d'un co branding entre Uniqlo et Bic Camera une enseigne d'électronique. Sur 12 niveaux les deux marques manient avec succès le levier du cross selling entre PAP et électronique.**

Les japonais, friands de co-branding, innovent en cette rentrée avec l'association **Bic Camera** (enseigne créée en 1978, n°5 nationale de l'électronique) et **Uniqlo** (Fast Retailing, n°1 national avec 80% de son CA au Japon).

Ouvert en grandes pompes le 27 septembre à Shinjuku (4 000 visiteurs le jour de l'ouverture), ce magasin se déploie sur 12 niveaux dont 3 en sous-sol avec accès direct au métro et 3 dévolus à Uniqlo. Le reste des étages est catégorisé par secteur (TV / appareil photo, électroménager maison, etc.) ou cible. Le septième étage vise ainsi la clientèle féminine avec des produits électroniques consacrés à la beauté comme par exemple la cosmétique instrumentale dont Panasonic est fer de lance au Japon avec ses « mini home devices ».

L'unicité du concept réside en l'apport d'une nouvelle expérience client au travers du **cross-selling** permanent: les mannequins présentent des habits **Uniqlo** et des produits électroniques (appareils photos, smartphones, etc.) tandis que les clients peuvent échanger les points Biqlo cumulés contre des cadeaux Uniqlo.

**Biqlo** veut devenir un point de vente incontournable pour les touristes qui visitent Tokyo et s'en donne les moyens: parmi les 480 employés, 100 parlent l'anglais, le chinois ou le coréen. Une performance alors qu'il est encore bien difficile de trouver du personnel parlant anglais dans la plupart des grandes enseignes ou department stores tokyoïtes!

Biqlo table sur un CA prévisionnel de 589 millions d'euros (60 milliards de yens), avec l'ambition d'ouvrir à NYC et Paris. Un co-branding qui en attirera d'autres?

**RETAIL**  
laboo





\* **Pascale Brousse**, experte en tendances de consommation, fondatrice de l'agence prospective Trend Sourcing est également auteur d'un blog [référent sur les nouveaux concepts retail](#) avec Frank Rosenthal et Christophe Protat.

Mots clés : [Japon](#) | [Uniqlo](#) | [Retail labo](#) | [Biqlo](#) | [Bic camer](#)

**A LIRE AUSSI SUR LE THÈME «DISTRIBUTION»**