

 Imprimer | [Retour](#)

**DISTRIBUTION** > **Stratégies**

## Samsung d'light : le flagship à Séoul

Par Amelle Nebia, 18/02/2013

**Samsung a rendu incontournable la visite de son flagship de Séoul. N°1 des entreprises sud-coréennes, N°20 des entreprises mondiales, Samsung se devait d'avoir une vitrine mondiale de sa division électronique grand public (N°1 mondial), qui s'étend sur 10 000 m2 et trois niveaux.**

**Pourquoi est-ce intéressant ? Le témoignage de Pascale Brousse (fondatrice de l'agence prospective **Trend Sourcing**, s'est rendue à Séoul et nous livre la chronique du 28<sup>e</sup> Retail Labo)**

1) Le client rentre directement par le côté amusement et " entertainment " : une hôtesse vous invite à vous prendre en photo avec votre groupe d'amis, qui est publiée illico sur un mur de carrés géants in-situ avec maxime et couleurs de votre choix (et bien sûr envoyée sur votre mail et autre). Juste après, un autre mur digital au centre du RDC rentre en interaction avec vos mouvements.

2) L'espace est à la fois un showroom, un megastore, un musée, un lieu de détente avec un café, etc. Bref, un véritable centre de découverte. Même la dimension " arty " est incluse avec des animations permutables comme des colonnes de LEDs changeant de couleurs et de sons au toucher.

3) Le visiteur a non seulement accès aux produits phares de la marque (Galaxy Tab, phones, écran TV le plus grand au monde, ...) et Samsung nous permet d'appréhender aussi des concepts futuristes : machine à laver à vapeur, téléphone portable biodégradable, etc. (rappelons que l'entreprise s'est engagée à être carbone neutre en 2020). Le tout avec des visuels et des textes extrêmement éducatifs.

4) Les 10 best sont habilement mis en avant "à la japonaise si j'ose dire", sur un caisson central en bois qui donne chaleur à la marque : pratique et efficace.

Enfin, notons que depuis 2012 **Samsung teste différents formats de magasins un peu partout dans le monde** : à New Delhi avec son Samsung Brand Mobile Store, à Sydney avec Samsung Experience Store, et bien sûr celui de Paris à la Madeleine depuis décembre (170m2 seulement).

Le modèle phare d'Apple qui a perduré des années serait-il en passe d'être détrôné ?







Pascale Brousse est co-fondatrice du blog [www.nouveaux-concepts.com](http://www.nouveaux-concepts.com). Elle anime le contenu avec Frank Rosenthal (expert en marketing du commerce) et Christophe Protat (architecte d'intérieur et designer). Retail Labo reviendra nous donner un regard sur l'innovation dans le commerce tous les 15 jours.

Mots clés : [Concept store](#) | [Samsung](#) | [Retail labo](#) | [Pascale brousse](#)

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

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