

Ebeltoft Group est un réseau international de sociétés de conseil spécialistes du retail, présent sur tous les continents, et dont Dia-Mart est le membre français.

Ebeltoft conduit depuis des années une veille mondiale sur l'innovation dans la distribution, dont voici la synthèse 2009. Elle présente une sélection de **24 concepts innovants**, passionnants par leur capacité d'invention et leur diversité.

Les axes d'innovation sont nombreux. Le **multicanal** est bien entendu le phénomène majeur, celui qui bouscule les règles et invente des modèles radicalement nouveaux. Mais d'autres axes stimulants s'affirment : plus d'interaction avec les produits ; plus de contenu sociétal ou développement durable ; plus de sur-mesure ; etc.

Puisse Retail Innovation 2009 nourrir votre réflexion et vous donner envie de participer à cette réinvention plus que jamais nécessaire !

La crise économique tombe au pire... ou au meilleur moment pour les enseignes françaises. Le moment où le modèle historique de distribution français est en fin de cycle, et doit se réinventer.

Ce nouveau cycle est engagé : après 10 ans de glaciation sous Galland-Raffarin, la distribution française a retrouvé depuis trois ans les chemins de l'innovation... mais il reste tant à faire !

Retail Innovation 2009 esquisse quelques pistes.

Parmi les enseignements de cette édition, notons que l'innovation est affaire de professionnels : Géotrouvetou dans son garage, c'est fini. Mais elle est aussi rupturiste, radicale, culturellement libre et affranchie des pesanteurs des grandes entreprises : l'innovation vomit les tièdes.

Réussir l'innovation, c'est donc réussir l'alchimie entre deux principes a priori antagonistes : la rigueur d'une démarche structurée et méthodique ; et l'inspiration de quelques hommes habités par un projet.

Après tout, la mission de Dia-Mart n'est-elle pas « d'aider les distributeurs à inventer le métier qu'ils pratiqueront demain » ?

Cases

Wal-Mart, *super-ecostore* • Umbra, *brand store* • Alice Délice, *concept store* • Chronodrive.com, *"click-to-store" concept* • Geologic Village, *concept village format* • Fresh'N'Friends, *convenience store* • Karstadt, *department store* • Real Future Store, *hypermarket* • Toom, *DIY concept* • Dover Street Market, *designer concept store* • Hotel Chocolat, *chocolate-shop concept* • Sk:n, *skin care clinic* • Rank'ing RanQueen, *"top ten" store* • Agenzia TU, *banking agency* • KidZania, *edutainment centre* • Desigual, *brand store* • House of Bols, *experiential brand store* • Selexyz Dominicanen, *bookstore* • Meydan, *shopping square* • Kohler, *retail outlet+health spa* • Ridemakerz, *workshop-store* • Asos.com, *etailer* • Emitations.com, *etailer* • Threadless.com, *multichannel retail community*



Ebeltoft is a Retail Business Alliance, which was founded in 1990 in Ebeltoft, a little seaside village in Denmark. It is comprised of 16 firms that have a common, strong focus on the retail and service business, and provide consulting and a wide range of services to help retailers and suppliers in the retail sector remain competitive and achieve their goals. Ebeltoft members work worldwide both for many market leaders and for important or emerging local players.

The Ebeltoft Business Alliance has been studying trends and innovations in Retail since it was founded, and since 2005, has published a **yearly report entitled Retail Innovations** that focuses on emerging trends and the most interesting cases worldwide.

In 2009 Ebeltoft launched a **new research program on the strategic issue of the "Trust Factor" into the Retail Brands**. A survey was conducted in 11 countries with about 200 chains and more than 10,000 customer interviews to understand which companies are the Trust world champions, how they achieved this leadership, and the key drivers to increase Trust and retain customers.

Dia-Mart
40 bis, rue du faubourg Poissonnière
75010 Paris
Tel 01 42 36 00 36
Fax 01 42 36 00 31
www.dia-mart.fr



Retail Innovations 5 2009

Research coordinated by
Fabrizio Valente - Kiki Lab
Founder member of Ebeltoft

Beating the "crisis" through innovation: trends and cases from the retail world

Retail Innovations 5 Research coordinated by Fabrizio Valente - Kiki Lab and Ebeltoft founder

