

La Fnac donne le ton en choisissant l'agence Malherbe Design pour son nouveau concept magasin

Dans le cadre de la déclinaison du plan Fnac 2015 annoncé par Alexandre Bompard en juillet dernier, la Fnac a lancé un appel d'offre auprès de différents acteurs pour la création de son nouveau concept magasin.

Malherbe Design, agence de création spécialisée dans le design des lieux de commerce, a été retenue pour accompagner les changements de l'entreprise, créer un nouvel univers de magasin qui contribuera à redynamiser la marque et offrir aux clients une nouvelle expérience d'achat.

« Malherbe Design est une agence créative, spécialisée dans le commerce tout en étant en lien avec les consommateurs. Nous allons créer, avec l'agence, un nouveau concept : moderne, ludique, accueillant tout public dont les familles et développant une nouvelle relation avec nos clients. Demain, nos clients connaîtront une nouvelle expérience d'achat en entrant dans nos magasins. Ils découvriront des univers d'usage et non plus des rayons de produits, des espaces numériques pour consommer des livres, de la musique, des films... Notre magasin sera plus digital, modulable et multi-canal, en proposant l'offre la plus large grâce à la forte présence du site Fnac.com au sein du magasin. » indique Katia Hersard, Directrice de la marque et du marketing de la Fnac.

Ce nouveau concept sera dévoilé lors des ouvertures de grands magasins et de petits magasins de proximité en 2012 ; et progressivement, il s'intégrera dans le parc de magasins Fnac existants.

« Nous apportons un regard neuf sur le métier. Notre créativité est basée sur nos vingt années d'expérience et sur notre connaissance du commerce. Pour la Fnac, nous souhaitons avant tout rendre la visite désirable pour le client en apportant un véritable changement par rapport aux magasins historiques, qui subiront progressivement des évolutions » indique Hubert de Malherbe.