

Un moment ultime de shopping avant de prendre l'avion

Rencontre. Guy Bodescot, directeur de la Société de distribution aéroportuaire, a détaillé, aux étudiants de l'université de la Mode, les stratégies entreprises pour inciter les passagers à consommer à Paris et Lyon.

Il y a 45 millions de passagers à traverser chaque année l'aéroport de Roissy Charles-de-Gaulle à Paris. Depuis 2009, la Société de distribution aéroportuaire (SDA) a mis en place une stratégie pour optimiser leurs achats, que Guy Bodescot, son directeur général, est venu détailler, jeudi, aux étudiants de l'université de la mode. Elle s'est avérée payante : le panier par voyageur est passé de 12 € à 19 € aujourd'hui.

Terminaux réagencés

L'aéroport compte quatorze terminaux qui correspondaient à autant de micro-marchés, anarchiques, gérés par des commerçants indépendants. « L'aéroport voulait faire venir des marques de luxe, qui refusaient. Or, sans mode, impossible d'accroître le nombre de passagers asiatiques ⁽¹⁾ », indique ce responsable expérimenté (Galeries Lafayette, Mark & Spencer, groupe Zannier). Petit à petit, la SDA a repris les commerces quand les contrats arrivaient à échéance. Aujourd'hui, elle compte 130 boutiques, a réagencé sept terminaux et trois sont en cours.

En raison des difficultés d'accès et des multiples contrôles, les passagers arrivent très stressés dans les zones marchandes. « On veut créer



Photo Pierre Augros

L'aéroport de Saint-Exupéry

« Un travail est en cours par le groupe Aelia pour une offre autour d'une épicerie sèche et d'une gastronomie fraîche. »

un moment ultime de shopping parisien, qui se découpe en trois secteurs : parfum/cosmétique, mode/luxe et art de vivre à la française, gastronomie/alcool ⁽²⁾, avec de beaux magasins, et non pas du made in France mais des articles avec l'estampille de la Parisienne », dit celui qui gère 2 200 personnes.

Notoriété et niche

Pour les étrangers, il faut des marques à forte notoriété, et pour les Français -qui représentent la moitié du trafic- une offre de niche (car ils recherchent originalité et valeurs).

« Nous vivons l'actualité en direct. Depuis le plan anticor-

ruption en Chine, par exemple, Bottega Veneta ou Hermès (sans logo) partent à la hausse », observe Guy Bodescot.

Gastronomie lyonnaise

La gastronomie lyonnaise a, elle aussi, été repérée comme l'un des secteurs clé à promouvoir. « Nous avons une carte à jouer avec Lyon, capitale de la gastronomie française », poursuit le directeur de cette filiale d'Aéroports de Paris. Une place lui sera réservée, en début d'année prochaine, sur le terminal 2E (d'où partent les vols pour les États-Unis, le Japon, la Corée et l'Afrique noire, « grosse

consommatrice de denrées françaises »). Mais l'aéroport lyonnais de Saint-Exupéry n'est pas en reste : « Un travail est en cours par le groupe Aelia (Lagardère) pour une offre autour d'une épicerie sèche et d'une gastronomie fraîche, car il y a une demande », indique Guy Bodescot. ■

Isabelle Brione

⁽¹⁾- Par exemple, les passagers chinois étaient 200 000 il y a cinq ans, 2 millions en 2014 et les prévisions annoncent 6 millions en 2020.

⁽²⁾- Aujourd'hui, parfums et cosmétiques sont vendus avec un rabais de 12 % environ et la mode affiche -12 à -15 %, uniquement sur les vols internationaux.

Encore un mois pour soutenir la fabrication d'un sac multifonctions

Kiss Kiss Bank Bank. Marie Jo Rippert, une ancienne coiffeuse à la fibre créative, a conçu un sac personnalisable. Il lui manque quelque 2 400 € pour se lancer.

Il lui reste un petit mois pour récolter quelque 2 400 euros sur la plateforme de financement participatif « Kiss kiss bank bank » : Marie Jo Rippert a imaginé un sac multifonctions et personnalisable, en cuir, et elle espère récolter 2 500 € pour financer et commercialiser une petite première série de six exemplaires.

Les brides sont amovibles et de différents longueurs. Chaque sac sera vendu avec ses deux kits

de anses, mais il sera possible de s'en procurer d'autres.

La poche intérieure, pour tablette numérique, peut se transformer en pochette lors d'une soirée. Coiffeuse, puis enseignante, cette Oullinoise a toujours eu la fibre créative. Il y a quelques années, elle avait lancé un concept de chaussures à personnaliser, après être allée se former auprès d'un ancien professionnel d'Accessoire. Cette fois-ci, cette quin-

quagénaire a appris les bases dans un atelier de l'Aveyron. Les peaux utilisées proviennent de tanneries d'Annonay et du Puy et la fabrication se fera dans le Rhône.

Ripp Color, le nom de son label, envisage aussi de sortir un modèle pour les hommes. Les sacs seront vendus au prix de 220 euros. ■

I. B.

Plus d'info : www.kisskissbankbank.com (projet sac Rippcolor).



■ Le sac conçu par Marie-Jo Rippert. Photo DR

VILLAGE DES CRÉATEURS

Blue Mustach : réductions

Toute la collection de la ligne hiver homme et femme de Blue Mustach est affichée à -50 % et, chaque jour, une offre à -70 % sera effectuée sur un produit à la boutique. De quoi craquer avant de découvrir la collection été « La vie est un sport ».

Samedi 28 février de 12 à 18 heures.

Petits Frenchies : boutique éphémère

L'équipe des Petits Frenchies invite une vingtaine de jeunes marques dans sa boutique éphémère au Village des Créateurs. L'occasion de découvrir des marques émergentes en mode femme, homme, accessoires et objets déco.

Jusqu'au samedi 28 février, de 10 h 30 à 20 heures.

Animations samedi 28 février 19, rue René-Leynaud, Lyon 1^{er}. www.villagedescreateurs.com

Original

Peau de cacao

Le cacao, c'est bon sur le palais, mais aussi pour la peau. Barbara Chabut, docteur en chimie, l'assure : « Cet antioxydant puissant apporte sels minéraux et bonne humeur. » Installée à Bourg-lès-Valence (Drôme), elle a créé un masque facial au chocolat, en vente (21,50 €) sur son site. bulles-et-formules.fr



Photo Picasa

Solidarité. « Défilé & Rêve »

Le défilé de mode solidaire « Défilé & Rêve » aura lieu mercredi 4 mars. Tous les bénéfices seront reversés à l'association Rêves. Il est organisé par les étudiants du département Techniques de commercialisation de l'IUT Lyon 1, en collaboration avec l'association Rêves. Créateurs participants : Stéphane Pagan, Little S et l'enseigne Millesim. Tarifs : 20 € pour défilé, buffet salé et sucré, animations. Réservez dès maintenant : deffileraves@gmail.com; Tél. 06 11 14 33 00 (Lucile), ou 06 68 53 92 66 (Zoé). Le 4 mars à 20 h 30, à l'Avenue 45, 45 avenue Albert-Einstein, Villeurbanne.

MODE, DECO, DESIGN

Par Isabelle Brione

Chaque jeudi, les rendez-vous de la région