



STORE TOUR 2022

TECH FOR GOOD

POUR UN COMMERCE RESPONSABLE

K **KEYNEO**
New retail experience



À l'occasion de l'édition 2022 de Paris Retail Week, Keyneo vous a guidé dans les rues de Paris à la découverte d'un retail responsable. Retour en texte et en images sur ces découvertes.

#1 - le 7ème Ciel, au Printemps !

Depuis un peu plus d'un an maintenant, le prestigieux grand magasin du boulevard Haussman accueille au 7^{ème} étage du Printemps de la Femme, sous la coupole Binet, un espace entièrement **dédié à la circularité**.

En haut de l'escalier qui nous mène au "7^{ème} ciel", l'espace se décompose en deux parties. À droite, le Printemps met à l'honneur des marques engagées dans une démarche responsable. Dans une atmosphère apaisante et autour d'oeuvres d'artistes inspirées par la thématique de la circularité (nous pensons notamment à la superbe sculpture suspendue !), se nichent au sein d'alcôves des marques de mode, de maison ou encore d'accessoires, toutes engagées dans une démarche éthique. On y retrouve notamment des produits et services de **seconde main**, de l'**upcycling**, de l'**art-cycling**, etc.

De l'autre côté de l'escalier, sous les quelques 12 000 origamis imaginés par Charles Kaizin, le Printemps s'est associé à Marie Blanchet pour sourcer des pièces seconde main Luxe et Créateurs au sein du grand magasin.



#1 - le 7ème Ciel, au Printemps !



En pratique :

La cliente qui souhaite proposer une pièce à la vente se présente en magasin pour une expertise de son article. Après validation, celle-ci est rachetée par le Printemps, qui met alors en vente la pièce dans cet espace dédié.

En retour, la cliente recevra des *"store credits"*, qu'elle pourra dépenser à sa guise au sein du grand magasin.

Une démarche qui met à l'honneur tant la circularité que la mise en avant d'un patrimoine hérité des créateurs de mode et de luxe, intemporel !

64 bd Hausmann, Paris 9^e

[Visiter le site](#)

#2 - Les Récupérables

Ici, rien ne se perd, tout se **transforme** ! La jeune **marque 100% upcycling** propose des vêtements et accessoires made in France, en atelier d'insertion.

Avec beaucoup d'énergie et de franc parler, Anaïs, la créatrice de la marque nous raconte comment elle **récupère des tissus dormants pour leur donner une seconde vie**.

Son sourcing, elle l'effectue aussi bien auprès de grandes maisons de mode que d'industriels spécialisés dans la confection de bleus de travail. Elle rachète ainsi des tissus déclarés "non conformes au cahier des charges", que la marque travaille et transforme en pièces de caractère, assemblées dans des ateliers d'insertion et des petits ateliers d'Ile de France. Beaucoup de modèles récurrents et quatre collections par an, qui font de cette boutique un lieu à découvrir absolument !



16 rue Crussol, Paris 11^e

[Visiter le site](#)



#3 – Forlife

Forlife, c'est le projet de deux frères, Lucas et Séverin Bonnichon. Déjà associés pour le développement de Cuisse de Grenouille, une marque de prêt à porter casual s'inspirant des codes du surf, ils imaginent en 2018 une nouvelle marque, Forlife, collection d'intemporels masculins.

Le principe : vous **achetez en précommande** une pièce, en ligne ou en magasin, qui n'est pas encore produite ! La fabrication (principalement en Europe, Italie & Portugal) ne sera lancée qu'à la fin de la vente, sur les quantités commandées, au plus juste donc. Les pièces seront alors mises en production, et livrées en magasin sous un délai de 3 à 4 mois.

À réception, les articles reçus seront mis à la disposition du client dans la boutique parisienne de la marque (dans un **espace de retrait click and collect dédié**), ou expédiés. Quelques produits récurrents (le T-shirt signature Forlife vit par exemple sa neuvième session de précommande).

Parce que la marque autorise les retours (suite à un changement de taille par exemple), quelques pièces à la marge sont déjà disponibles en stock. À noter cependant que celles-ci seront vendues plus chères, la marque préférant favoriser son modèle innovant autour de la précommande.



#3 - Forlife



En pratique :

Chaque vendredi, une nouvelle précommande s'ouvre sur le site de la marque.

Les clients peuvent commander en ligne ou passer en magasin essayer les échantillons afin de sélectionner leur taille.

Une fois la commande confirmée et la vente finalisée, les articles seront alors envoyés en production.

14 rue Froissart, Paris 3^e

[Visiter le site](#)

#4 - Jimmy Fairly

Née d'une volonté farouche de changer le secteur de l'optique, avec innovation et transparence, Jimmy Fairly est une marque d'optique, française et responsable qui propose des lunettes inspirantes avec un prix juste et un impact social positif !

La marque accorde une attention particulière au sourcing de ses matières premières. **100% de ses modèles sont recyclables** (à l'exception des composants en métal, sujet sur lequel la marque travaille) **voire biodégradables**. À fin 2022, les lunettes Jimmy Fairly, disponibles dans quelques 60 magasins en France et au Royaume-Uni, seront principalement fabriquées en éco acétate, une matière végétale et biodégradable.

La réflexion menée de bout en bout a mené la marque à choisir une **électricité verte**, et également à repenser son packaging pour proposer leurs lunettes à la vente dans des **sachets biodégradables**.

Les lunettes de vue sont toutes assemblées et contrôlées dans l'atelier Jimmy Fairly, **en France**.



#4 - Jimmy Fairly



A noter :

Pour chaque paire de lunettes achetée chez Jimmy Fairly, une paire de lunettes est financée pour l'ONG Restoring Vision.

Ce sont aujourd'hui plus de 600 000 personnes dans le monde qui ont retrouvé une meilleure vision grâce à ce programme !

60 magasins en France et UK
2 place du Lion d'Or, Lille
109 bd Beaumarchais, Paris
[Visiter le site](#)

#5 – NOUS, anti-gaspi

Quand Vincent Justin et Charles Lottman se rencontrent en 2016, ils partagent déjà une même conviction : jeter une carotte parce qu'elle est tordue, un œuf parce qu'il est trop petit pour les standards, c'est une ineptie !

Ils ouvrent leur première **épicerie anti gaspi** dans la banlieue rennaise en 2018, Nous Anti Gaspi. Ils en ont aujourd'hui 25. Aujourd'hui, chacune de leur épicerie **valorise l'équivalent de 100 000 repas par mois**, soit plus de 12 tonnes de produits par semaine. Le réseau compte 25 épiceries réparties sur toute la France.

Le concept éco responsable et solidaire propose à la vente, et **jusqu'à 30% moins chers** que la grande distribution, des produits avec "petits" défauts, ou à date limite de consommation proche ou encore "rejetés" à la livraison car la quantité ne correspondait pas à l'attendue. On retrouve aussi des produits au packaging "hors saison". Nous avons notamment vu lors de notre visite des packagings de Noël, rejetés par la distribution alors que parfaitement consommables !

Ils touchent à la fois une **clientèle de bobos ou militante**, mais aussi **nécessiteuse de ces produits à petits prix** !



#5 - NOUS, anti-gaspi



A noter :

Le **sourcing est effectué en centrale**, mais chaque magasin a aussi la liberté d'inclure dans son offre des produits locaux. La marque dispose également de **produits à marque propre** : des lardons irréguliers à la coupe ou des yaourts en surproduction seront ainsi dans les rayons des épiceries sous la marque NOUS anti gaspi.

128 rue St Maur, Paris 11e
73 Rue Léon Gambetta, Lille
[Visiter le site](#)



Keyneo travaille déjà sur ces sujets



Finisterestres29

Keyneo a accompagné Finisterestres29 dans la digitalisation et la mise en place de son concept, en créant et déployant :

- **Un site e-commerce et une application de commande** pour les clients, avec retrait en click & collect dans un réseau de magasins partenaires,
- **Une solution d'encaissement mobile** pour permettre aux commerçants de faire de la vente en boutique et de gérer les retraits de commandes,
- **Un PIM** pour gérer les offres et le catalogue produits,
- **Un back office de gestion** complet de l'activité.



FreshOpp

Freshopp récupère les morceaux de viande de porc hors calibre, en surproduction... et les reconditionne sous forme de colis.

Via Too Good To Go et bientôt une **application mobile dédiée**, les clients accèdent aux offres proches de chez eux et passent commande. Ils retirent ensuite leur commande dans les points de retrait partenaires.

Keyneo a aussi fourni un **back office de gestion de l'activité** et une **application de vente et de gestion des commandes pour les points de retrait**.



Fraich'connection

Un commerce de proximité innovant, dans des casiers réfrigérés, 100% automatisés et sans personnel. Un nouveau parcours de vente qui limite l'empreinte carbone et le gâchis alimentaire en rapprochant les produits frais de leurs consommateurs. Keyneo a réalisé le **site e-commerce et l'application mobile de prise de commande**, **l'application de gestion des réceptions et approvisionnements** et le **back-office de gestion de l'activité**.



**Éditeur et intégrateur
de solutions pour le
retail omnicanal**

Lille • Paris • Aix-en-Provence
www.keyneo.com