Sports Direct (Londres)

Mi-juin, le distributeur britannique a rouvert son magasin phare d’Oxford Street après un chantier de 6 mois et un investissement de 10 M£, qui donnent à cet immeuble ancien une nouvelle allure.

Ce contenu est protégé par le droit d'auteur de sport-guide.com et sa réutilisation sans autorisation de sport-guide.com est passible de poursuites au titre de la contrefaçon.

A Londres, on trouve sur les 4 600 m2 de surfaces de vente réparties sur 4 niveaux des espaces dédiés au football, running, à l’outdoor, au golf (avec un mini-green), au basket (avec un Jordan challenge), tant pour l’homme, la femme que l’enfant.

“*Ce magasin reflète notre nouvelle vision et notre nouvel objectif*”, déclare Michael Murray, pilote du projet Elevation chez Sports Direct. “*C’est un moment charnière. C’est donner vie à notre stratégie d'élévation de nos espaces physiques. Nous regardons nos espaces de vente avec une toute nouvelle vision. Nous nous engageons à apporter les meilleures marques, l'environnement, les innovations de produits et l’expérience*”. Frasers group, maison-mère de l’enseigne Sports Direct, installera 2 magasins similaires à Birmingham et Manchester, d’ici à fin 2021.

Dans ce magasin, Sports Direct a installé un espace soutien-gorge/brassière (Bra Studio) avec une aide à la recherche du produit adapté à partir des des données de taille agrégées quelle que soit la marque. L’espace multimarques (Heroes area), situé au cœur du magasin, est organisé autour de moments sportifs et culturels de héros, tout au long de l’année,. My ID customization voit les clients personnaliser des produits avec des designs en édition limitée d’illustrateurs.

En partenariat avec EA Sports et Sony PlayStation, les visiteurs ont accés à des jeux, avec la possibilité d'affronter des athlètes et des talents invités (Fifa gaming aera). Les amateurs de selfies ne sont pas oubliés (Infinity Mirror Cube), avec un cube miroir infini de 3mx3, qui crée des mini-univers d'installations d'inspiration sportive. Reflété sur le sol, les murs et le plafond, l'espace fait ses débuts avec une constellation de ballons de football qui se répète à l'infini, avec éclairage et effets sonores.

Enfin, les clients sont accueillis avec un présentoir de produits en hologramme, ce qui permet à des marques de présenter leurs produits en 3D.

Tout droit de reproduction et de diffusion soumis à autorisation de l'éditeur