

# ÉTUDE DE CAS ADOPT'

PARFUMS DE FRANCE

—  
LA DIGITALISATION D'UN POINT DE  
VENTE SANTÉ & BEAUTÉ



INNOVATION IN RETAIL

# POINT DE DÉPART

La révolution numérique a entraîné une mutation en profondeur des processus d'achat. Le développement des canaux de vente en ligne, ainsi que l'arrivée de distributeurs agressifs, 100 % numériques dans l'écosystème actuel, ont donné lieu à un changement radical des habitudes d'achat, où l'omnicanal s'est imposé naturellement pour toutes les entreprises.

Les marques et les distributeurs ont été contraints de s'adapter à cette

nouvelle donne en aménageant leurs points de vente au gré des exigences des consommateurs. L'expérience du client est au cœur de toutes les actions menées dans le point de vente.

L'intégration de solutions technologiques permet d'évoluer vers des points de vente toujours plus digitalisés dans le but d'offrir une meilleure expérience d'achat pour les acheteurs finaux, ce qui apporte une valeur ajoutée pour nos clients.



# TOUT SAVOIR SUR ADOPT'

Adopt' est une marque de cosmétiques d'origine française créée en 1986 dont la parfumerie constitue le cœur de métier.



Adopt' crée en premier lieu des produits uniques en proposant une personnalisation maximale. Une philosophie qui l'amène à développer une large gamme de parfums qui comprend près de **150 fragrances** exclusives et de nouveaux lancements tous les mois.

Adopt' possède actuellement **130 magasins** en France et **83 franchises**.

L'entreprise est par ailleurs en pleine phase de croissance avec l'ouverture de **40 nouveaux points de vente** par an jusqu'en 2022 en France et de **10 nouveaux établissements** en Chine.



## EN ROUTE VERS 2022

---

Pour soutenir cette nouvelle phase de développement et s'adapter aux nouvelles attentes d'un consommateur toujours plus exigeant, Adopt' fait le choix de parier sur la technologie dans ses boutiques en s'associant avec un partenaire stratégique HMY, **expert dans les solutions innovantes pour le commerce de détail.**

## L'OBJECTIF

Transformer l'espace de vente d'Adopt' en en faisant un espace attractif, efficace et hautement interactif. Le tout grâce à des solutions de pointe et innovantes qui lui permettent de créer des expériences d'achat qui apportent de la valeur ajoutée au client et au consommateur.

---

## LE DÉFI

Intégrer la digitalisation et la technologie dans le concept de magasin actuel d'Adopt' en respectant ses valeurs et son identité.

---

## LE FUTUR

Accompagner Adopt' dans son expansion à l'international en tant que partenaire stratégique, en établissant une relation à long terme qui garantisse la mise à disposition de solutions plus adaptées à toutes les époques et à la réalité.

---



# HMY, UN PARI QUI FAIT LA DIFFÉRENCE

**HMY est le leader international de services 360° et de l'innovation pour le retail.**

Un leadership qui, associé à l'expertise acquise au travers de sa longue histoire, permet à l'entreprise d'être la mieux

placée pour accompagner Adopt' dans ce processus mondial de transformation et d'expansion.

Dans cette optique, la valeur ajoutée qu'apporte HMY dans ce projet recouvre trois aspects:



1

## INTÉGRATION DE TOUTES LES SOLUTIONS

Adopt' choisit HMY comme fournisseur leader de solutions digitales et **le seul à proposer des solutions complètes** qui englobent la phase de développement du projet jusqu'à la maintenance des installations, ce qui comprend des services de conseil, la fabrication, le montage et la maintenance.

Ce pari unique repose sur la **capacité d' HMY à concevoir et à mettre en place des solutions technologiques personnalisées** dans un secteur aussi complexe que la beauté-santé.

---



## DU LOCAL AU GLOBAL

HMY est présent dans plus de **160 pays** et compte **15 sites de production**, dont trois en France et deux en Chine.

La production française d'HMY représente une vraie valeur ajoutée qui est en phase avec les engagements et les attentes d'Adopt'. Cette production permet d'accompagner le client en France dans le cadre du réaménagement de toutes ses boutiques, ainsi que l'ouverture de nouveaux points de vente prévue d'ici 2022.

La **composante internationale d'HMY**, ainsi que sa présence en Chine, en font le partenaire idéal pour continuer à accompagner Adopt'.

---







# CRÉER UNE EXPÉRIENCE PERSONNALISÉE

**Adopt' avait besoin d'une intégration complète de la technologie dans ses points de vente afin de créer une interactivité entre le produit, la marque et le client final.**

L'expérience sensorielle et la personnalisation, si importantes dans le monde de la cosmétique,

revêtent une importance toute particulière pour Adopt' et sa large gamme de parfums.

Dans ce contexte, l'objectif de la division Retail Tech d'HYM a été de soutenir les ventes et d'améliorer l'expérience d'achat à toutes les étapes du parcours du client.



## MESURES MISES EN PLACE

Le projet se déroule en trois étapes clés:



1

**IDENTIFICATION DES  
BESOINS ET DES  
OBJECTIFS D'ADOPT'**

2

**DÉVELOPPEMENT  
NUMÉRIQUE AVEC  
LES INGÉNIEURS  
INFORMATIQUES  
DE HMY**

3

**ÉCHANGES,  
VALIDATION ET  
OUVERTURE DU  
PREMIER POINT DE  
VENTE À BELLE-  
EPINE, EN FRANCE**

## MESURES MISES EN PLACE

Réalisation du projet autour de deux axes de travail:

1

**ÉQUIPER LES  
MAGASINS ACTUELS  
AVEC LES SOLUTIONS  
DIGITALES MISES  
AU POINT PAR HMY**

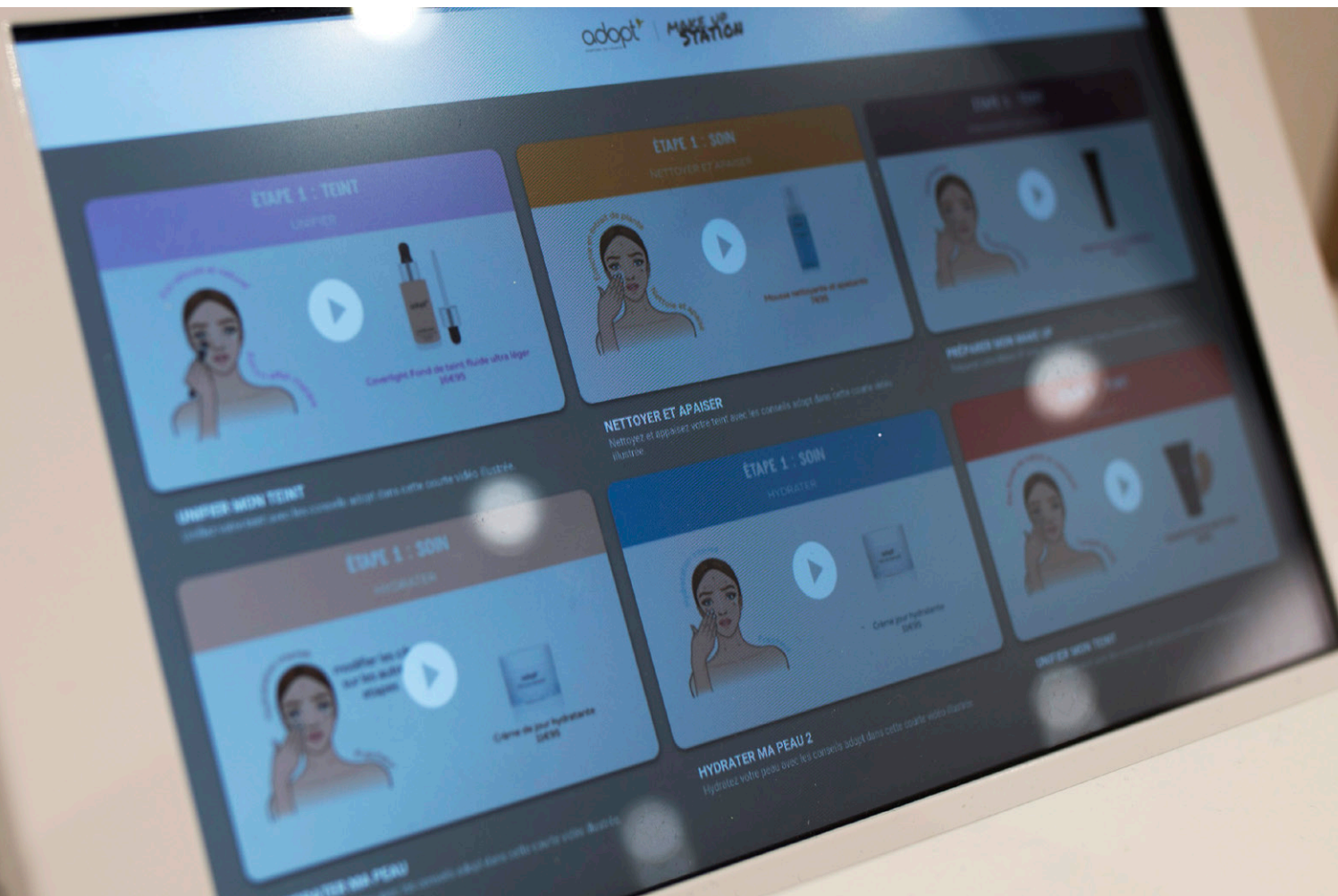
2

**FABRICATION  
DU MOBILIER  
INTÉGRANT  
DES SOLUTIONS  
TECHNOLOGIQUES  
DANS LES  
BOUTIQUES  
FRANÇAISES DE  
LA MARQUE**



## LES SOLUTIONS

HMV est parvenu à dynamiser l'expérience d'achat en mettant au point des stratégies multicanales dans la boutique physique d'Adopt' grâce aux outils digitaux intégrés, améliorant ainsi la rentabilité.



A

## INSTALLATION ET ADMINISTRATION DE L’AFFICHAGE DIGITAL

10 canaux de communication ont été installés dans chaque boutique, afin d’afficher des publicités personnalisées et la gamme de produits proposés. Les contenus sont gérés via Netipbox, partenaire stratégique de HMY.





B

## CONCEPTION DE MOBILIER SUR-MESURE AVEC INTEGRATION DE SOLUTIONS DIGITALES PERSONNALISEES

Co-conception, en collaboration avec Adopt, d'un présentoir mural de parfums qui intègre un dispositif pour aider les clients à faire leur choix. Le consommateur répond à une série de questions sur ses goûts sur un écran et le programme sélectionne trois produits qui correspondent aux choix du client, par le biais d'une animation LED.

---

C

## TABLES DE MAQUILLAGE

Ces tables permettent à la cliente de s'asseoir devant un miroir et d'essayer les produits qu'elle a choisis ou d'appeler une conseillère/vendeuse pour un maquillage ou un conseil gratuit. Les tables de maquillage sont équipées de caméras qui permettent à la cliente de se prendre en photo et de partager son expérience sur les réseaux sociaux et une tablette est mise à sa disposition sous le miroir pour lui permettre d'accéder à des tutoriels et des conseils d'achat.

---

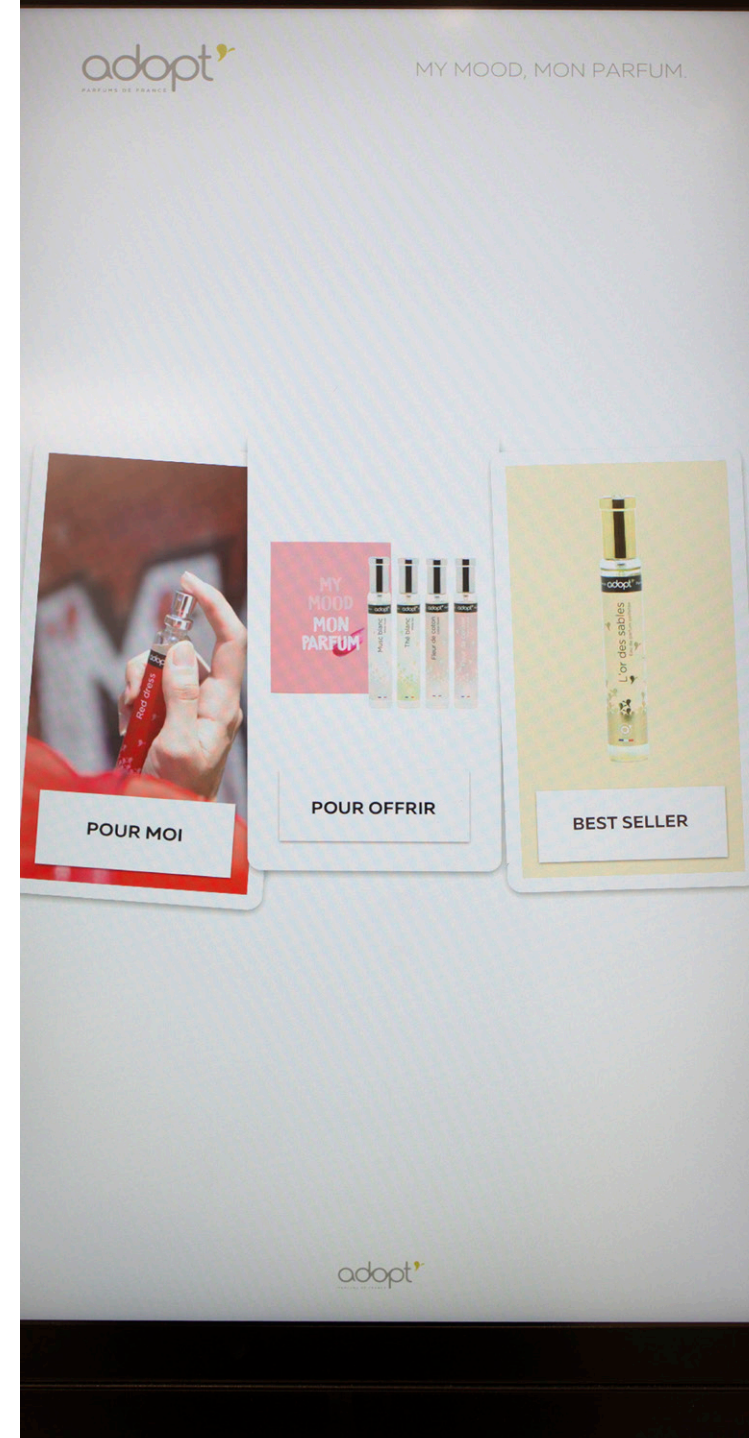




# INNOVATION

**HMY a créé des solutions digitales à partir d'une feuille blanche.**

Le logiciel du présentoir mural de parfums, breveté par HMY, a été spécialement conçu pour Adopt' à partir d'une idée émise et développée par la division Retail Tech. Il s'agit d'un conseiller interactif basé sur la personnalisation de l'offre.





# EFFICACITÉ

Chaque point d'interaction avec le client se transforme en point de vente potentiel, des solutions interactives sont alors intégrées avec une grande variété de fonctions qui guident le consommateur vers une expérience d'achat personnalisée.

L'innovation conçue par HMY Retail Tech a été réalisée en mettant l'accent sur la performance, en répondant aux besoins actuels des clients et en facilitant les applications futures.

# FACTEURS DE SUCCÈS, OBJECTIFS ATTEINTS

Étant donné qu'il s'agit d'un projet à 360°, HMY a mis à disposition d'Adopt' l'ensemble de sa structure en France impliquant plusieurs départements afin de réaliser un projet aux niveaux local et national, en vue de l'exporter à l'international.

Face au défi d'intégrer des dispositifs digitaux dans un concept et un modèle de point de vente

déjà éprouvé, tout en respectant l'identité visuelle d'Adopt', le design et le bureau d'études d'HMY ont joué un rôle fondamental. La grande polyvalence des équipes de conception et technologie d'HMY, aidées par l'expertise de la division Health & Beauty, ont permis le réaménagement des boutiques d'Adopt' tout en respectant l'identité de l'entreprise.





## FORTE IMPLANTATION LOCALE

HMY peut compter sur une division forte en France et la production locale a été un facteur déterminant pour Adopt'.



## PRÉSENCE INTERNATIONALE

HMY est implanté et possède deux sites de production en Chine, le marché sur lequel Adopt' entend renforcer sa présence dans les prochaines années, ce qui permet à HMY d'être le partenaire idéal pour accompagner Adopt' dans son expansion internationale.



## GARANT DE LA MARQUE

Une des priorités tout au long du projet a été de protéger l'image de marque et des magasins d'Adopt' dans chacune des intégrations et des développements.



## EXPERTISE

HMY est une référence et un expert en innovation pour le retail et possède une grande expérience dans l'agencement de points de vente pour les grandes marques mondiales de beauté-santé.



## DÉVELOPPEMENTS PERSONNALISÉS

Les services de conseil et de conception d'HMY lui permettent d'étudier les besoins de chaque client, en conceptualisant chaque projet à partir de la page blanche.



## CAPACITÉ D'INNOVATION

Le travail de HMY Retail Tech, une division composée d'experts en technologie et en retail, lui permet de mettre au point des solutions innovantes adaptées et flexibles pour chaque projet et chaque client.

# adopt'

PARFUMS DE FRANCE

HMY GROUP  
ZI B.P.7- 50 Route d'Auxerre  
89470 Monéteau -FRANCE  
+33 (0) 3 86 53 49 00  
contact@hmy-group.com

[hmy-group.com](http://hmy-group.com)

