

A Madrid, dans le plus grand Zara du monde

L'enseigne de mode ouvre ce vendredi son plus grand établissement avec une série d'innovations technologiques pour élargir les services aux clients.



Le groupe Inditex ouvre ce vendredi les portes de son plus vaste magasin à ce jour, 7.700 mètres carrés au total, sur quatre étages du prestigieux immeuble Plaza de España, au centre de Madrid. (EPA)

Par [Cécile Thibaud](#)

Publié le 8 avr. 2022 à 11:21 Mis à jour le 9 avr. 2022 à 12:10

Le décor est minimaliste, avec des airs de laboratoire entre son mobilier blanc et ses espaces diaphanes. Un simple flash sur les QR Codes affichés dans les rayons met à disposition du client une multitude de services pour simplifier son parcours, ne plus attendre une cabine d'essayage ni faire la queue à la caisse. Bienvenue dans le Zara le plus grand du monde.

Le [groupe Inditex](#) ouvre ce vendredi les portes de son plus vaste magasin à ce jour, 7.700 mètres carrés au total, sur quatre étages du prestigieux immeuble Plaza de España, récemment rénové au centre de Madrid. Cette inauguration pourrait sembler paradoxale, au moment où le géant de la distribution de mode a opté pour la réduction de son nombre d'établissements, à mesure qu'il déploie ses activités d'e-commerce.

Mais elle s'inscrit dans la logique de la [stratégie de la maison](#), qui passe en effet par le développement d'une « plateforme commerciale globale, flexible et intégrée entre le Web et le magasin », afin d'élargir les services au client en offrant à la fois l'immédiateté des emplettes en

ligne et l'expérience du magasin. Le groupe qui a investi 2,7 milliards d'euros depuis trois ans en transformation numérique et en innovations technologiques, compte profiter de ce nouveau flagship comme vitrine et labo à la fois. Il y met en œuvre toutes ses innovations technologiques pour prolonger les fonctionnalités de l'application mobile et tester de nouvelles interactions.

L'idée est d'accompagner l'acheteur, qu'il soit chez lui ou en magasin, et d'éliminer les barrières pour lui offrir [le meilleur des deux mondes](#), explique-t-on chez Zara. « Il peut tout à fait repérer un vêtement en ligne, le réserver et venir l'essayer. Ou bien acheter en ligne et utiliser le magasin comme point de livraison, d'échange ou de retour. Nous nous adaptons à ses comportements et lui offrons de nouveaux services et des outils, pour effacer les temps d'attentes et tous les moments désagréables afin qu'il garde que le meilleur de l'expérience en magasin. »

La clientèle habituelle pourra continuer de faire ses choix en déambulant dans les rayons, mais l'application Zara sur son téléphone offre aussi l'option d'un parcours guidé à travers le magasin jusqu'au modèle repéré en ligne. Un flash de QR Code suffit pour réserver une cabine d'essayage sans faire le pied de grue, et au rayon maquillage, les miroirs virtuels serviront à tester sur soi la couleur d'un rouge à lèvres ou d'une ombre à paupières en un seul click.



L'application Zara offre l'option d'un parcours guidé à travers le magasin jusqu'au modèle repéré en ligne.EPA

Elle peut ensuite opter pour le paiement rapide grâce au système « pay and go », qui permet aussi de débloquent soi-même les alarmes antivols, sans avoir à passer par la caisse ni par l'intermédiaire d'une vendeuse. En parallèle, le nouveau magasin de Madrid a aussi accéléré le système de « click and collect » pour les acheteurs en ligne, avec des bornes automatisées qui, sur simple lecture du QR Code, peuvent débiter les livraisons de paquets en moins de 12 secondes. Le commerce en ligne représente 25 % des recettes du groupe espagnol qui vend dans 216 marchés dans le monde, à travers sa plate-forme numérique.