

Parijs: iconische winkels, trendsettende warenhuizen

14-06-2022 15:00



Voor het eerst sinds 2019 stond er vorige maand weer een studietrip van SSM Retail Platform op het programma. Dit keer naar Parijs. De enige échte metropool in Continentaal Europa en tevens retailhoofdstad van het Europese vasteland.

Hoogtepunt was het volledig gerenoveerde warenhuis La Samaritaine. Wat mij betreft het bewijs dat stenen retail niet dood is. Warenhuizen niet passé zijn. En dat wij mensen niet gemaakt zijn voor shoppen achter een scherm, tablet of telefoon. Nee, winkelen is nog steeds een grotendeels fysieke beleving. Dat was zo. Dat is zo. Dat blijft zo.

Champs Elysées

Na een boeiende presentatie van gids Chris Igwe over de Franse retail en het specifiek voor Frankrijk geldende 'sleutelgeld', gingen wij de Champs Elysées op. 'Home of the flagship stores'. En inspiratiebron voor velen. Ja, er staat zowaar af en toe iets leeg op deze winkelplek bij uitstek. Maar alles heeft reeds een nieuwe bestemming gevonden. En een fors aantal winkelopeningen staat dan ook gepland. Helaas hebben wij die van Lacoste net gemist. Want de foto's die ik heb gezien van de week ná ons bezoek waren oogverblindend.

Uiteraard is de Galeries Lafayette wél bezocht. Adidas heeft uitgepakt met hún nieuwe flagshipstore. Prachtig. Met een inclusieve en duurzame uitstraling. Maar die felblauwe façade aan de gevel van dat historische pand vond ik dan wat minder geslaagd. En ook niet zo duurzaam.

Meer onder de indruk was ik van de Nike Store, 'House Of Innovation'. Wat daar aan merkbeleving wordt neergezet, is echt indrukwekkend. Alles 'ademt Nike'. Nike wordt hier neergezet als een merk dat de wereld een klein stukje beter maakt. Qua schoeisel, qua kleding. En qua 'inclusiviteit'. Nike is er voor iedereen. Voor elke wereldburger.



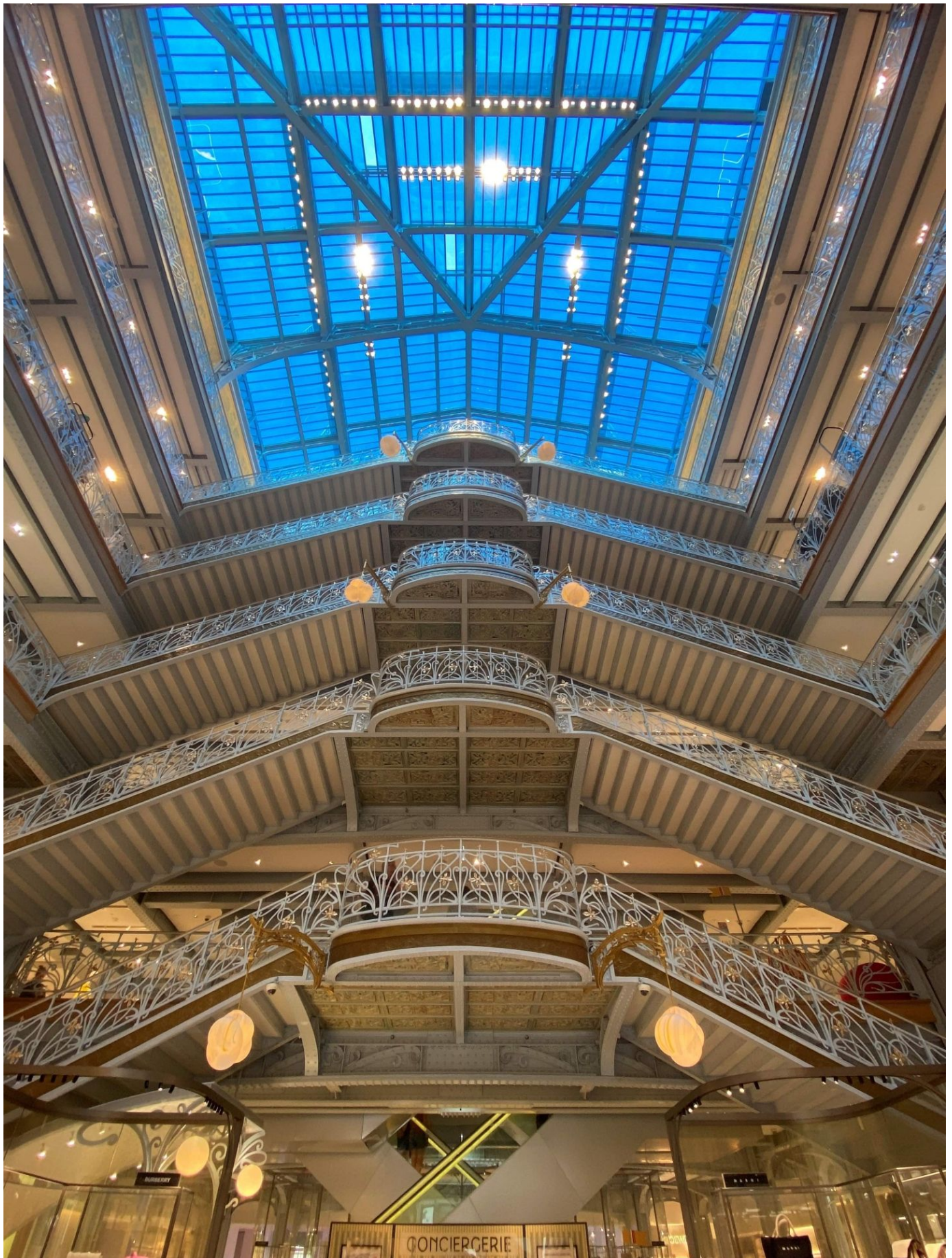
En verder heb ik die hype rond 'macarons' nooit zo begrepen. Totdat ik de winkel van Pierre Hermé zag. Macarons zijn hier omgevormd tot een ware religie. Prachtige winkel. En die macarons waren ook erg subtiel qua smaak.

La Samaritaine

En dan: La Samaritaine. Geopend in 1870, maar tegenwoordig een van dé iconen van de toch al iconische stad. Na een renovatie van zestien jaar en 750 miljoen euro (!) is er in 2021 een koopparadijs ontstaan met veel originele 19e-eeuwse elementen uit de 'Belle Epoque'. La Samaritaine is de opgestoken vinger naar de webshopeconomie en de door sommigen vurig gewenste deeleconomie. Want hebbedingetjes (of deze nu duur zijn of goedkoop) dien je mooi uit te stallen. En dan worden deze ook gekocht. In groten getale.

DFS is de uitbater en dit bedrijf is de wereldleider in de verkoop van luxegoederen aan reizigers. Het warenhuis biedt meer dan 20.000 vierkante meter aan ultiem winkelplezier met meer dan 600 iconische en avant-garde

merken uit de wereld van mode, uurwerken en sieraden. De make-up afdeling is met 3400 vierkante meter de grootste van heel Europa.



Printemps en Bon Marché

Deze warenhuizen bevinden zich in het hogere segment. Maar niet zo hoog als dat van La Samaritaine. Ook gewone stervelingen met een bovengemiddeld inkomen kunnen hier terecht. Alhoewel die fles 'Petrus' van 4200 euro wel wat aan de dure kant was. Maar: wat mis ik toch dit soort warenhuizen in ons eigen land. Er is een markt voor. Internet kan geen goed warenhuis vervangen.

Boulevard Haussmann en omgeving

Dit betreft het gebied waar veel ketens zijn gevestigd. Zoals de hiervoor genoemde warenhuizen. Maar ook een grote vestiging van Galeries Lafayette. Groter en indrukwekkender dan die aan de Champs Elysées. Een Zara. En veel internationale ketens in het middensegment. De uitschieter in dit gebied (gevestigd aan de Boulevard des Capucines) was wat mij betreft echter een winkel in het absolute topsegment. Dat betrof Bucherer. Met 2000 vierkante meter aan (dure) horloges. Het is de grootste uurwerkenwinkel van Europa.

Forum des Halles

Forum des Halles is al een begrip sinds de jaren 70. Logisch. Dit is een 'high traffic location' bij uitstek. Er gaan zo'n 750.000 metroreizigers per dag 'onder' het winkelcentrum door. In 2010 is de renovatie van 1,2 miljard euro (!) gestart, in 2016 was de iconische 'canapé' klaar en tegenwoordig heet het 'Westfield Forum des Halles'. De renovatie is overigens nog steeds bezig.

Het winkelcentrum telt vier ondergrondse lagen. En telt 50 miljoen bezoekers per jaar. Ook wordt er veel besteed. Veel winkels, waaronder H&M, hebben hier hun winkel gevestigd met de hoogste wereldwijde omzet.



Parijs hebt u vast al vaak bezocht. Blijf dat doen. En al helemaal vanuit retailperspectief. Ik heb toch weer veel nieuws gezien in deze retailhoofdstad van het Europese vasteland.

Hans van Tellingen, directeur/eigenaar Strabo en hoofdauteur Waarom Stenen Winkels Winnen