

L'ÉCOLOGIE COMME SUCCESS-STORY

À en croire l'histoire des entrepreneuses de l'année 2016, Froya et Adinda de Froy & Dind, ça semble être le nouveau créneau sur le marché de la mode. Des vêtements écologiques? Si certains y voient peut-être une réponse à la surconsommation de notre société, pour les premières concernées, il s'agit plutôt d'un beau modèle commercial qui est d'ailleurs clairement devenu un modèle lucratif. Et à juste titre! Car leurs vêtements durables sont à la fois de qualité, jolis et agréables à porter. Puis il y a aussi manifestement un large public désireux de porter cette collection écologique. Froy & Dind prouve également qu'un magasin physique combiné à de la vente en ligne fonctionne très bien. Aujourd'hui, la boutique en ligne représente 30% des ventes. Plus loin dans ce magazine, vous découvrirez la success-story de Kiabi chez qui le bonheur du client occupe une place centrale dans un environnement cross channel.



Bart Van Langenhove
Rédacteur en chef
bart@retailupdate.be
be.linkedin.com/in/bartvl1
Twitter: @RetailUpdate_BE

Éditeur responsable: Piet Salens
Gravendreef 11 boîte 6 – 9120 Beveren
RetailUpdate, une édition de EMG N.V.
Tél.: 03 750 90 20 Fax 03 750 90 29
E-mail: info@retailupdate.be
Web: www.retailupdate.be
Twitter: @RetailUpdate_BE

Rédacteur en chef: Bart Van Langenhove
E-mail: bart@retailupdate.be
Tél.: 0475 75 07 37

Sales Assistant: Pieter Malfliet
E-mail: pieter@retailupdate.be
Tél.: 03 750 90 25

Mise en page et production: Just 1 Click 0475 400 800
Imprimeur: www.daddykate.be

Collaborateurs à la rédaction:
An De Maere, René De Witte, Geert Degrande, Sandra Gyles,
Michaël Vandamme, Erik Verdonck, Edith Vervliet.

Rédaction finale: Frederika Hostens

Abonnements: Nadine Pharasyn
E-mail: info@retailupdate.be

RetailUpdate est imprimé sur du papier
"Core silk" sans bois ni chlore. Les encres
d'impression utilisées sont également écologiques.
Il est adressé sous film en LDPE recyclable.



© Editing Media Group. EMG NV a mis le plus grand soin à récolter les informations et ne peut être tenu responsable d'éventuelles erreurs ou de données erronées.

INTERVIEW

- 8** Bruno Van Gils, Café Costume
Costumes sur mesure pour hommes de goût



8

SHOPPING

- 13** Sissy-Boy veut rendre la vie plus belle
"Le service est une priorité constante"



13

- 14** Des clients heureux: la priorité de Kiabi
Le contact avec le client est primordial



15

MANAGEMENT

- 15** La climatisation dans le magasin
Invisible mais ô combien importante



18

REPORTAGE PARTENAIRE

- 18** REALTY met l'accent sur
la transparence et la co-crédation



19

IMMOBILIER

- 19** Le citymarketing? Parfois utile,
mais pas toujours la panacée