

# POP-UP KÜNSTE

À la croisée d'un musée, d'un showroom et d'une boutique populaire, Künste présente son tout premier pop-up, tourné vers l'innovation, l'expérience client et le respect des créatrices et créateurs.



# DIGITAL ET RÉALITÉ



*«Comme si on pouvait se promener physiquement dans un site internet, essayer et toucher les produits mis en vente, le tout dans une mise en scène ludique et créative».*

Le pop-up Künste propose aux visiteurs un concept basé sur le digital et l'expérience, qui change radicalement d'une boutique «classique». Vous ne repartirez pas du shop un sac à la main, puisqu'il n'y a pas de stock sur place.

En revanche, vous pourrez découvrir les travaux de plus de 20 créatrices et créateurs, émergents ou déjà bien installés dans le paysage, grâce à une mise en scène originale, plus proche du showroom que des rayons d'un hypermarché. Il sera bel et bien possible d'essayer et d'acheter chacune des pièces présentes en boutique, qui seront disponibles à la livraison. Selon les créatrices et créateurs, les délais varient de 2h en coursier sur Paris, à trois semaines pour celles et ceux inscrits dans le mouvement de la slow fashion. Enfin, pas de commissions sur les ventes au sein du shop. L'argent est versé en totalité à celles et ceux qui ont conçu les pièces.

Evidemment, toutes les informations sur les procédés de fabrication, origines et qualité des produits sont disponibles dans cet étonnant concept de pop-up store.

# DE LA SCÉNO- GRAPHIE



La spécialité de Künste étant le design et la scénographie d'espaces, il est évident qu'un décor plutôt exceptionnel pour un pop-up vienne compléter le concept.

Künste met l'accent sur l'expérience des visiteurs en priorité. La mise en scène et la scénographie sont travaillées et poussées pour plonger les clients dans de véritables univers au sein desquels sont intégrées les pièces de créatrices et créateurs. Chaque espace sera scénographié soigneusement. Pour ce faire, plusieurs «corners» sont prévus : jungle, avec le «green corner» ; fresque street art pour «l'arty corner», minimalisme ton sur ton, vintage, etc.

Les pièces et produits seront intégrés au décor, qui est aussi pensé en fonction de ce qui sera exposé à la vente. Le mot d'ordre est le suivant : *«Sortir de la décoration type catalogue que l'on voit un peu partout aujourd'hui, et proposer un véritable changement, autant pour les créatrices et créateurs que pour les clients, en créant un dialogue entre les pièces et la scénographie.»* Pas de stock en boutique = bien plus de place pour être créatif sur la mise en scène !

# DE L'INTERAC- TION



Afin de compléter l'expérience et de s'assurer de faire passer un moment d'expérimentation, de découverte, ou simplement de plaisir à chacune et chacun, du plus jeune à la plus âgée, l'équipe Künste et les partenaires, créatifs et acteurs du pop-up proposent des événements et des ateliers pendant les 15 jours d'ouverture.

Vernissage, DIY, musique, dégustations, jeux, photobooth, conférences seront en accès libre ou à des prix très doux (moins de 6€ par personne). Vous pourrez très vite retrouver le programme sur le site de Künste et leur page facebook.

L'objectif de ces animations est de tisser des liens avec les créatifs, et de proposer une expérience plus large de la boutique physique.

# LES ORIGINES DU CONCEPT



*Diplômées en décoration et scénographie, Aline et Léa Lou ont créé Künste en 2017. Künste est une agence de design et scénographies d'espaces dont le réseau de créatifs permet la réalisation de projets originaux et innovants.*

Künste est en veille permanente sur l'univers de la mode et du retail, et suit de près l'évolution de l'expérience client. Aline et Léa Lou sont convaincues qu'avec l'avènement d'internet et notamment du shopping en ligne, les boutiques physiques telles que nous les connaissons aujourd'hui sont obsolètes. Les enseignes doivent utiliser leurs lieux pour en faire de véritables espaces d'expériences sensorielles, atypiques, ludiques, pédagogiques, bref, créatives. En mêlant la mise en scène et l'événementiel, en invitant des personnalités inspirantes, en rapprochant le public des différentes marques, on réduit alors ce fossé entre les enseignes et leurs clients. Un lien de confiance se crée, et de véritables expériences peuvent alors naître, tout en respectant l'évolution des moyens de consommation, notamment via la livraison et les commandes internet. C'est ce schéma de pensées que Künste souhaite mettre en avant, en révolutionnant les pop-up stores.