



Etam affirme son ambition retail et dévoile son nouveau concept de magasins, pensés comme de véritables lieux de vie.

Fort du succès de la première boutique réinventée rue du Commerce, la marque a poursuivi son déploiement en novembre avec la réouverture de ses adresses de Parly 2, Cannes, Montpellier et Rennes.

Un concept à l'identité forte, qui incarne une vision plus expérientielle, contemporaine et engagée, qui sera célébré lors de soirées d'inauguration tout au long du mois de décembre.

Imaginé comme un espace immersif, ce nouveau format affirme l'élégance singulière d'Etam et renforce son positionnement émotionnel auprès des clientes.

L'expérience y est entièrement repensée autour d'une approche claire, épurée et raffinée, en cohérence avec ses engagements RSE.

#### UNE APPROCHE HOLISTIQUE & EMOTIONNELLE

**Etam**  
**84 RUE**  
**D'ANTIBES**  
**CANNES**

*Ouverture le vendredi 21 novembre 2025  
Soirée d'inauguration le jeudi 04 décembre 2025*

**Etam**  
**25 RUE DE**  
**LA LOGE**  
**MONTPELLIER**

*Ouverture le mercredi 26 novembre 2025  
Soirée d'inauguration le vendredi 05 décembre 2025*

**Etam**  
**PARLY 2**  
**LE CHESNAY**  
**ROCQUENCOURT**

*Ouverture le mercredi 26 novembre 2025  
Journée d'inauguration le samedi 06 décembre 2025*

**Etam**  
**RENNES**  
**ALMA**

*Ouverture le jeudi 27 novembre 2025  
Journée d'inauguration le vendredi 12 décembre 2025*

## LE PROJET ETAM REINVENTED

Pour ce projet, Etam a collaboré avec le studio Saint-Lazare, basé à Paris et New York. Spécialisé en direction artistique et design graphique depuis 2000, Saint-Lazare accompagne les marques dans la création d'identités fortes. Au cœur du centre commercial Parly 2, comme dans la rue la plus commerçante de Cannes : le concept sait s'adapter aux spécificités de chaque lieu. Dès l'extérieur, les encadrements des façades en bois et inox brossé affirment une ligne sobre et graphique. À l'intérieur, les volumes sont ouverts, les matières choisies avec soin : bois clair, enduits texturés, teintes douces. Les espaces, neutres et structurés, évoquent une galerie contemporaine, où chaque ligne trouve naturellement sa place.

## UNE LECTURE FLUIDE ET UNE CIRCULATION INTUITIVE.

Les boutiques s'articulent en plusieurs zones clairement définies, l'offre a été éditée spécifiquement pour ces nouveaux espaces : les lignes confort “Pure Essentiels”, les lignes mode en dentelle et broderies fines, la nuit, et enfin les pièces de lingerie les plus travaillées, exprimant pleinement le savoir-faire de la marque.

## LE CONSEIL AU CŒUR DE L'EXPÉRIENCE.

Les cabines, spacieuses et intimes, imagent cette atmosphère feutrée et créent un environnement propice au conseil et à l'accompagnement.

« Son esthétique épurée et singulière est portée par des mobilier aux formes organiques, des systèmes modulaires assumés et des textures contemporaines – mettant le produit à l'honneur. L'attention portée aux finitions traduit une vision du retail ancrée dans l'élégance. » — Antoine Ricardou pour Saint-Lazare



## UNE EXPÉRIENCE SHOPPING RÉINVENTÉE

La visite est accompagnée d'une bande-son imaginée en partenariat avec Radioooooo, un collectif français, invitant à faire un tour du monde sonore à travers les décennies. Ils signent pour Etam une identité musicale reflétant parfaitement le nouveau concept, avec une playlist sur-mesure : éclectique, joyeuse et cosmopolite, pensée pour rythmer les différents temps de la journée.

Côté olfactif, la promenade est ponctuée d'un parfum qui évoque une féminité moderne, lumineuse et affirmée. Une signature chic et sensuelle, où se mêlent poivre blanc, jasmin et bois de cachemire.

Dans la conception de cette nouvelle boutique, le Groupe ETAM réaffirme son engagement RSE en intégrant des matériaux durables et certifiés (FSC, PEFC, Ecolabel).

Le mobilier est conçu à partir de bois provenant de forêts durablement gérées et de métaux à faible empreinte carbone, tandis que les revêtements et textiles sont choisis pour leur faible émission de COV.

Enfin, l'expérience omnicanale s'intègre pleinement à ce nouveau concept. Grâce aux outils digitaux disponibles en boutique, les clientes peuvent accéder à l'ensemble de l'offre, commander une taille indisponible, ou retirer une commande passée en ligne. Le parcours a été pensé pour garantir une continuité fluide entre le digital et le physique, et offrir un service plus intuitif, plus souple, au plus proche des attentes.

