

ZING POP CULTURE REMPORTE LE PRIX DU MEILLEUR NOUVEAU CONCEPT RETAIL 2016

LE MAPIC EST CHAQUE ANNÉE LE SALON INTERNATIONAL DE L'IMMOBILIER COMMERCIAL. Créé en 1996, les MAPIC AWARDS récompensent l'excellence, l'innovation et la créativité dans l'industrie de l'immobilier commercial. Pour cette 21^{ème} édition, ZING Pop Culture a fait l'unanimité pour le prix du « *Meilleur nouveau concept retail* » parmi un jury composé d'experts internationaux et présidé par Thomas MEAGER – Group Director Of Property de PRIMARK (Grande Bretagne).



Nicolas BERTRAND (Directeur Général, Micromania) - Alain BOUTIGNY (Membre du jury) – Noel MOUSSALI (Directeur immobilier, Micromania)
© CHAMPEAUX - IMAGE & CO

Ce prix récompense chaque année un distributeur ayant lancé un nouveau concept retail au cours des trois dernières années. Son attribution s'articule autour des critères suivants : originalité du concept (produits, campagnes marketing, agencement, etc.), qualité de sa mise en œuvre et pérenité de son de développement.

Cette année ZING Pop Culture, nouvelle enseigne de magasins entièrement dédiée aux produits dérivés Pop Culture lancée en 2015, remporte haut la main ce prix prestigieux, ce qui constitue une véritable reconnaissance de la profession pour ce nouveau concept lancé en 2015 et qui connaît, depuis cette année, un développement fulgurant !

« Face à un nombre record de dossiers reçus cette année, ZING Pop Culture a été choisi à l'unanimité comme le meilleur nouveau concept retail de l'année ! » commente **Lucie CHEN, responsable des MAPIC AWARDS.**

Selon **Alain BOUTIGNY, membre du jury et éditeur du magazine Sites Commerciaux,** « Dans la catégorie des nouveaux concepts retail, ZING Pop Culture est le concept le plus innovant de ces trente dernières années ! »

« Nous sommes très fiers d'avoir reçu ce prix de la part d'un jury aussi reconnu. Cela récompense tout le travail effectué par nos équipes pour faire émerger le concept ZING Pop Culture depuis ces 2 dernières années. Car il s'agit bien d'un véritable concept et d'un univers complètement dédié aux produits dérivés de la Pop Culture » déclare **Nicolas BERTRAND – Directeur Général de MICROMANIA et ZING Pop Culture.**

La Génèse du Concept

Sous l'impulsion du groupe GAMESTOP, maison mère de MICROMANIA, qui rachète en 2015 Geeknet (Think Geek, Think Geek Solutions), leader dans la distribution via internet de produits dérivés aux Etats-Unis, ZING Pop

Culture est lancée dans un premier temps en Australie puis aux États-Unis et au Canada.

Après un véritable carton dans ces pays, MICROMANIA, leader français dans la distribution de jeux vidéo, lance à son tour en Europe, sur le marché français, les premiers magasins ZING Pop Culture. Cette nouvelle enseigne de magasins dédiée aux super héros de la Pop-Culture (Disney®, Marvel®, Star Wars®, Nintendo®, DC Comics®, Minecraft® et bien d'autres encore...) vient compléter l'offre de produits dérivés, exclusivités et coffrets collector, déjà proposés par MICROMANIA depuis des années.

Depuis toujours, les univers Pop Culture et jeux vidéo sont extrêmement liés. Comme le montrent par exemple, les succès de jeux vidéo adaptés du cinéma et inversement. Logiquement, et face à la demande croissante, MICROMANIA met en œuvre un plan de déploiement pertinent de ce nouveau concept ZING Pop Culture sur le marché français, et c'est ce que les MAPIC AWARDS récompensent aujourd'hui à travers ce prix.

Son développement

Aujourd'hui **ZING Pop Culture est leader de la distribution de produits dérivés Pop Culture en France** avec déjà 5 magasins ZING Pop Culture qui ont ouvert leurs portes en région parisienne et 60 corners ZING Pop Culture dans les magasins Micromania.

Mais ce n'est qu'un début, puisque l'enseigne intensifie son développement avec un 6^{ème} magasin qui ouvre ses portes très prochainement au centre commercial Euralille puis un 7^{ème} au centre commercial Val d'Europe, tous deux situés à proximité immédiate de Primark. En 2017, ZING Pop Culture prévoit plusieurs ouvertures en région parisienne ainsi qu'en province, un doublement du nombre de corners dans les magasins MICROMANIA ainsi que le lancement d'une application mobile marchande.

Au sein du groupe GAMESTOP, des ouvertures de magasins ou de corners ZING Pop Culture (ou THINK GEEK pour le marché américain) sont par ailleurs prévues en Amérique du Nord, Australie et Europe.

[Lien pour télécharger le dossier de presse ZING Pop Culture : cliquez ici](#)

A PROPOS DES MAPIC AWARDS :

Pour ce prix du « meilleur nouveau concept retail » ZING Pop Culture (France) était en concurrence avec BLINERIE (Grande Bretagne), ICE ROLL (France), NYX COSMETICS (France).

Membres du jury 2016 : Thomas MAEGER – PRIMARK, Alain BOUTIGNY – SITES COMMERCIAUX, Thomas DEVONSHIRE-GRIFFIN – JLL, Edoardo FAVRO – GALLERI COMMERCIALI ITALIA, Barry HUGHES – HOK, Frédéric LALOUM – ALTAREA COMMERCE, Mayte LEGEAY – NEINVER, Sam POLESE – THOR EQUITIES, John SCOTT – DEBENHAMS, Klaus STRIEBICH – ECE PROJEKTMANAGEMENT, Justin TAYLOR – CUSHMAN & WAKEFIELD LLP, Frank VERSCHELLE – ADVANTAIL

A PROPOS DE MICROMANIA :

MICROMANIA, leader de la distribution de jeu vidéo et 1er conseiller auprès des amateurs de jeux vidéo. Le réseau compte aujourd'hui près de 430 magasins en France. MICROMANIA est également le premier employeur dans l'univers du jeu vidéo en France avec plus de 1500 collaborateurs. MICROMANIA appartient depuis 2008 au groupe GAMESTOP (7 100 magasins à travers 14 pays dans le monde - CA 2015 9,36 milliards de dollars). MICROMANIA est le 1er acteur français de la distribution à avoir œuvré dans le sens de l'élargissement du marché. En plus de 30 ans, MICROMANIA a su fidéliser des millions de joueurs grâce à sa Mégacarte. Tous les fans de jeux vidéo peuvent se retrouver sur le Facebook MICROMANIA (<http://www.facebook.com/MicromaniaFr>) sur Twitter (http://twitter.com/Micromania_Fr), sur le site (<http://www.micromania.fr>), la chaîne Youtube (<http://www.youtube.com/user/micromaniaofficiel>), sur Twitch (<http://www.twitch.tv/micromaniatv>), ou sur l'application Micromania disponible sur iOS et Android.

A PROPOS DE ZING Pop Culture :

ZING c'est la dernière syllabe du mot anglais « amazing / incroyable » à l'image de l'univers de ce nouveau concept de magasin unique en Europe. Lancée en France par MICROMANIA, ZING est une nouvelle enseigne de magasins entièrement dédiée aux produits dérivés de la PopCulture. Inspirés des bandes dessinées, du cinéma, des séries TV, des jeux vidéo ou de la musique, l'enseigne propose des milliers de produits dérivés sous toutes leurs formes : figurines collector, Toy Pop, tee shirts, mugs, jeux de société... mais aussi des pièces de collection issues des licences les plus prestigieuses. Le plan de développement ZING Pop Culture vient en complément de la distribution des produits dérivés déjà présente dans les 430 magasins MICROMANIA. En 2015, l'enseigne ZING a ouvert ses 5 premiers magasins en France dans les centres commerciaux de région parisienne Belle Epine (Thiais), SoOuest (Levallois-Perret), Bercy Village (Paris), Aéroville (Roissy en France) et Carré Senart (Lieuxant) ainsi que 60 corners ZING Pop Culture dans les magasins MICROMANIA. Euralille, Val d'Europe et bien d'autres verront le jour prochainement. Tous les fans de Pop-Culture peuvent se retrouver sur le Facebook ZING Pop Culture (<http://www.facebook.com/ZingPopCultureFr>), sur Twitter (<http://twitter.com/zingpopcultfr>), ou sur le site (<http://www.zingpopculture.fr/>)



**CONTACT PRESSE :
AGENCE REVOLUTIONNR**

CLEMENT VEDRINE - P. 06 47 30 64 15 - CVEDRINE@REVOLUTIONNR.COM