



Collaboration Phildar – altima°

Un nouveau site en responsive design pour le spécialiste du tricot

Créé en 1903 à Roubaix, Phildar est un acteur clé du marché du fil à tricoter avec près 700 points de vente en France et pas moins de 50 millions de pelotes de fil commercialisées chaque année. Désireux d'offrir une expérience client optimale sur le web, la marque a récemment choisi de refondre son site internet. En parallèle, et toujours dans cette volonté de satisfaction client, Phildar a souhaité mettre à disposition de ses clients la « Phil' Académie », un service d'accompagnement dans l'apprentissage et le perfectionnement du tricot. Pour l'accompagner dans cette démarche, Phildar a fait appel à l'agence digitale altima°.

Réconcilier les enjeux de marque

Phildar dispose depuis plus d'un siècle d'un savoir-faire unique en matière de fils et de laine mais avait besoin d'un partenaire pour l'accompagner dans la redéfinition de son identité digitale. Il a donc fait appel au spécialiste altima° pour la conception de la nouvelle expérience utilisateur (UX), le design



graphique des interfaces, et l'intégration en responsive de son site internet. Ce nouveau site correspond au souhait de Phildar de répondre à différents objectifs que sont la modernisation de son image, l'ouverture à une clientèle nouvelle et la volonté de travailler à l'accessibilité et à la démocratisation du tricot.

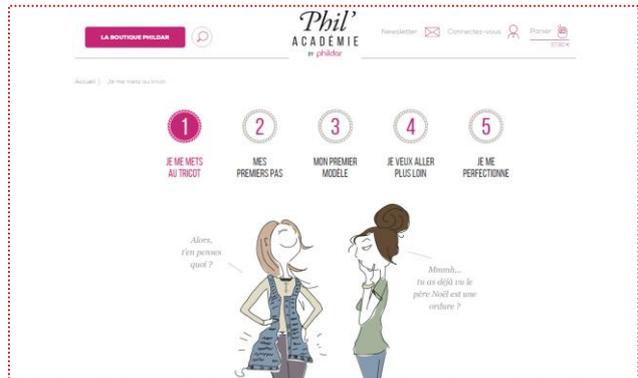
Parallèlement, ce nouveau design fait également ressortir les différents outils de création tels que les fils, outils de mercerie, conseils d'utilisation et d'entretien pour un positionnement en tant qu'« expert du fil ». Le parti-pris fut aussi de miser sur l'univers et l'atmosphère globale du site. L'incrustation d'éléments graphiques inspirationnels de l'univers des enfants (moutons, pictogrammes) a ainsi été pensé pour attirer les futures mamans dans la confection de modèles pour le nouveau-né, pratique en plein boom depuis quelques années.

« L'objectif d'altima° et des équipes de Phildar était de recentrer la marque sur son cœur de métier, tout en ouvrant de nouvelles perspectives pour toucher des cibles plus larges. L'utilisation de la data analytic a permis de faire correspondre la stratégie de Phildar avec les enjeux business de la marque » souligne Cécile Delory, Directrice conseil chez altima°.

La « Phil'Académie », une nouvelle étape dans l'expérience client

La Phil'Académie est un véritable support d'accompagnement dans la réalisation des modèles. Organisée selon cinq niveaux, l'objectif est d'accompagner les clients Phildar dans leurs créations en leur apportant les bons conseils, le tout dans un esprit ludique. Tutoriels éditoriaux, vidéos... ce guide aide aussi bien les débutants dans l'approche du tricot (choix de la laine, utilisation du crochet etc.) que les personnes qui cherchent à atteindre un vrai niveau dans le perfectionnement (embellissement du tricot, travail sur les mailles etc.).

« La Phil'Académie a été pensée pour créer un lien fort et structurant entre Phildar et sa communauté. Nous avons travaillé pour évoluer d'une relation verticale marque-consommateur à une relation horizontale où Phildar s'inscrit comme prescripteur dans la création des modèles. Les pas-à-pas entrent dans la démarche de démocratisation et le souhait d'offrir une pratique du tricot sans accroc », précise Antoine Blanchard, UX designer chez altima.



A propos d'altima°

altima°, agence digitale spécialiste du commerce digital, accompagne depuis 1997 plus de 250 clients (Petit Bateau, Interflora, ING Direct, cora, Accor, Salomon, Club Med, AXA, Bioderma...) dans les secteurs de la distribution, de la VAD, du prêt à porter, de la banque-assurance, du tourisme. Aujourd'hui, ses 270 talents conjuguent les expertises e-commerce, de la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle jusqu'au Digital in-store, pour générer et mesurer la performance digitale attendue des marques. A travers ses 8 agences en France (Paris, Lyon, Lille), en Chine (Pékin & Shanghai), en Russie (Moscou), aux Etats-Unis (New York), au Canada (Montréal), le groupe génère aujourd'hui un CA de 23 M€.



Contact presse

Pauline Boulfroy - pauline@oxygen-rp.com - 03 74 02 02 55