

NFR 2025 : les pépites britanniques à l'assaut du marché américain

La NRF, grand rendez-vous annuel du retail mondial, a une fois de plus été le théâtre de belles rencontres et de découvertes prometteuses. Pour les entreprises britanniques, c'est l'occasion unique de se positionner sur le marché américain, un territoire immense aux enjeux considérables. Maddyness a rencontré trois entreprises qui illustrent parfaitement le dynamisme et l'innovation made in UK.

Temps de lecture : minute

3 février 2025

Le marché américain : un terrain de conquête complexe mais stimulant

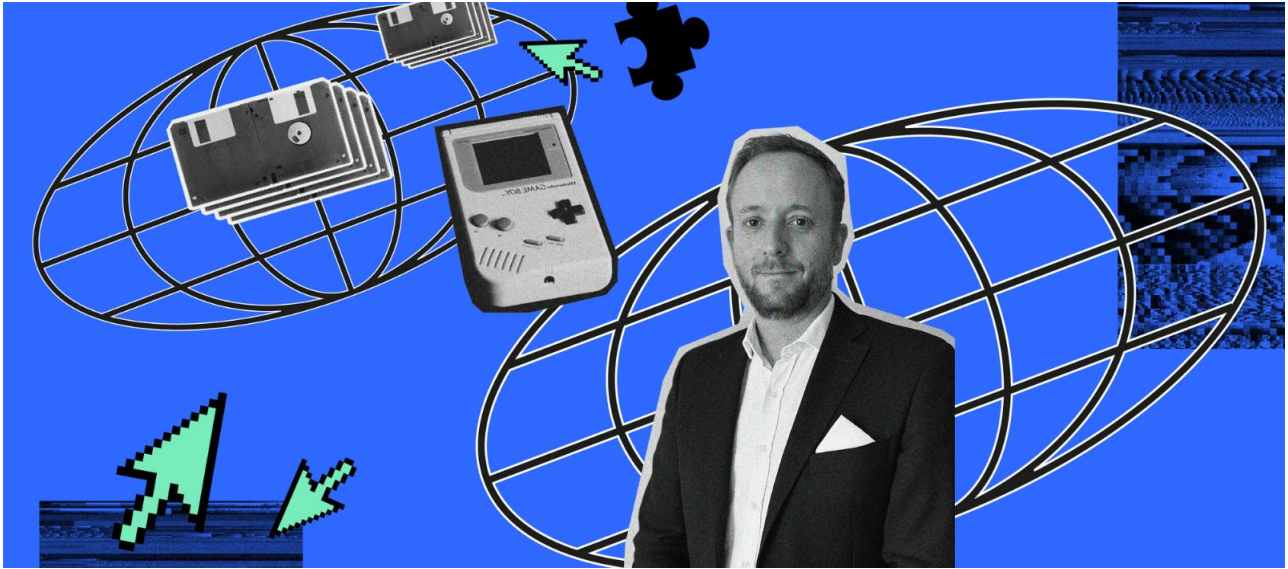
Le marché américain exerce une attraction naturelle sur les entreprises du monde entier, et particulièrement sur les britanniques. Sa taille, son potentiel de croissance et son statut de référence en font une cible privilégiée. Cependant, la réalité est souvent plus nuancée. La concurrence est féroce, les coûts d'implantation élevés et la nécessité de s'adapter aux spécificités locales est cruciale. "Chaque État est différent, avec ses propres façons de faire", souligne Ashish Agrawal, COO de Threedium, entreprise spécialisée dans les jumeaux digitaux. "Il faut être très ciblé et concentrer ses efforts sur des niches spécifiques." Malgré ces obstacles, la NRF apparaît comme une vitrine internationale essentielle pour les entreprises britanniques. C'est l'occasion de présenter ses produits et services, de nouer des contacts précieux avec des partenaires

potentiels et de se faire connaître auprès des acteurs clés du marché. "La NRF est un lieu de rencontres exceptionnel", témoigne Alex Vaidya, CEO et fondateur de Story Stream, plateforme de social shopping. "Nous avons signé de gros clients américains grâce à notre présence ici l'année dernière."

Pavillon UK : un accélérateur de croissance et de visibilité

Le pavillon UK, organisé par le Department for Business and Trade, joue un rôle important dans la conquête du marché américain par les entreprises britanniques. Il offre un soutien logistique et financier important aux entreprises sélectionnées, leur permettant de bénéficier d'un accompagnement personnalisé et de réduire leurs coûts de participation. Au-delà de l'aspect pratique, le pavillon UK facilite les synergies entre les entreprises britanniques et renforce leur visibilité auprès des prospects. Pour se différencier sur le marché américain, ces entreprises misent sur l'innovation et la qualité de leurs produits et services. Story Stream par exemple intègre l'IA pour faciliter la découverte de produits, Threedium offre une solution unique pour créer des jumeaux digitaux de produits de luxe et Ocula utilise l'IA générative pour optimiser les pages produits et booster les ventes en ligne. "Nous sommes convaincus que notre solution répond à un besoin réel et que nous avons toutes les cartes en main pour réussir", conclut Thomas McKenna, co-fondateur et CEO d'Ocular Technologies.

Les entreprises britanniques présentes à la NRF 2025 ont toutes l'ambition de conquérir le marché américain. Elles misent sur leur capacité d'innovation, leur agilité et le soutien du pavillon UK pour relever les défis et s'imposer comme des acteurs majeurs du retail de demain.



À lire aussi
NRF 2025 : Ce qu'il fallait retenir

Article écrit par Emilie Pierre-Desmonde