

Réussir sa boutique

Posséder une boutique, c'est accorder la même attention à l'aménagement qu'à l'offre que l'on y propose. Aussi, pour parfaire la décoration de son espace de vente et optimiser le pouvoir de séduction de sa boutique, le grand salon EuroShop – spécialisé en biens d'investissement destinés au commerce – s'avère un excellent baromètre des dernières tendances en matière d'équipement. Intima vous révèle – en exclusivité – sa sélection coup de cœur des meilleures innovations high-tech et design!



Flexibilité, subtilité, interactivité: les critères d'une bonne adresse

Eclairage, la parcimonie est de rigueur. Représentant l'un des principaux investissements d'un commerce, l'éclairage est un thème à ne pas négliger et ce, aussi bien sur le plan esthétique que financier. A l'heure des restrictions de consommation en énergie, il convient de recourir à un éclairage différencié de qualité, qui ne laisse pas de côté la fonction décorative qu'implique une bonne illumination du produit, dans la mesure où celle-ci influence indirectement les décisions d'achat du consommateur. En outre, l'efficacité et la durabilité de l'énergie – notamment du fait de la constante augmentation de son coût – sont des données très importantes. C'est pourquoi, avec en plus une réduction d'émission de chaleur et une absence totale de rayons UV, la technologie DEL demeure la plus avantageuse. Seul hic, la faiblesse relative de sa luminosité et de l'éclat des couleurs qui la rendent plus adaptée à un éclairage

tion sur la vitrine ou sur la superficie de vente. La façon de mettre en lumière sa marchandise est spécifique à chaque boutique. Et celle-ci nécessite la plus grande flexibilité possible. À cette exigence répondent, par exemple, les lumières rotatives et orientables à arbres à cardan «Fourtina» – pour comptoirs et vitrines – et «Fourtella» de **Bairo** qui, grâce à une grande maniabilité, offre un éclairage très ciblé, en permettant de modifier ce dernier à tout moment de manière simple et rapide. De plus, avec l'innovation «Coluxx» de **Luxx Lichttechnik** – un dispositif d'éclairage radio télécommandé à couleurs variables doté de deux lampes très fines – il est possible de programmer couleurs, intensité et variations chromatiques. Enfin, pour créer une atmosphère intime, le «Powerball HCl» de **Osram** – lampe à haute pression et à recharge électrique – offre une lumière à l'éclat romantique. Ces petits appareils quasiment invisibles produisent une grande luminosité, garantissant en outre un rendu optimal des couleurs et un très bon éclairage à une distance rapprochée. À l'instar des modèles proposés par **Ansorg**, les systèmes d'éclairage à fonction décorative se révèlent particulièrement adéquats pour l'exposition de vêtements et de tissus. Imaginées par le créateur Arik Levy, ces gammes «Classic» et «Collection» allient à un éclairage fonctionnel la fantaisie d'un design décliné en une multiplicité de formes, de matériaux et de couleurs. Une belle façon de donner à sa boutique une atmosphère unique!



d'accentuation ou d'ornementation. Parmi les dernières innovations utilisant ce dispositif, sont à retenir les systèmes d'éclairage à encaissement ou à suspension pourvus de DEL colorées, mais aussi le comptoir en verre proposé par **Cerion**, doté d'un éclairage de différentes couleurs et de gravures internes grâce auxquelles peuvent se dessiner par exemple des motifs en trois dimensions. Plus fascinant encore, le «Wire Tap» de **Derksen Lichttechnik**, un câble en silicone ultra flexible qui permet de créer une lumière accentuée par endroits; alors que «Gobotop», produit de la même entreprise, est capable de transformer n'importe quel appareil d'éclairage halogène de basse tension en un mini projecteur utile pour attirer spécifiquement l'atten-

Toujours plus design, l'aménagement au service du produit

Alors que l'éclairage revêt le plus souvent une fonction ornementale, c'est en revanche la sobriété et l'élégance qui prédominent du côté de l'aménagement et de l'exposition de l'offre. Selon les principes fondamentaux d'un bon merchandising, l'aménagement d'une boutique doit illustrer au mieux la personnalité de cette dernière. La totalité de la surface de vente – y compris son sol et ses murs – doivent refléter au mieux l'esprit de la boutique et de son offre. Bien que la marchandise demeure la protagoniste absolue, sa présentation se doit de rester modulable. Tout comme pour l'éclairage, la flexibilité mais aussi la personnalisation de l'aménagement se révèlent des critères fondamentaux. Aussi, la tendance aujourd'hui se place du côté des produits standardisés et multifonctions, pouvant se fondre sans difficulté dans le style de décoration choisi, grâce à des éléments compatibles entre eux et modulables à souhait.



Au cours du dernier salon Euroshop, plusieurs nouveautés ont tout particulièrement intéressé les propriétaires de boutiques, venus en grand nombre. L'entreprise d'ameublement **Umdash** a ainsi présenté une gamme de neuf solutions d'aménagement, lesquelles offrent une multitude de personnalisations possibles. La gamme «Carré» permet en outre de masquer avec facilité murs et cloisons, alors que le système d'exposition «Uniplug», pour les espaces dégagés, allie à des structures tubulaires des éléments verticaux à personnaliser et à adapter au concept général du store. «All4one» de **Assmann** présente, quant à lui, une variété de huit déclinaisons de systèmes partant de deux modules de base seulement. En ce qui concerne l'affichage à but informatif ou décoratif, l'entreprise **Visplay**, à travers son innovation baptisée «Label», propose des panneaux au design sobre, dépourvus de cadre, pouvant s'adapter à toutes les atmosphères. Toujours de **Visplay**, la très esthétique ligne «Turn» offre en revanche un système d'étagères autonomes, profilées en L, s'adaptant aussi bien aux espaces centraux que contre les murs. Les plateaux de ces étagères sont notamment disponibles en plusieurs coloris et matériaux – verre, pierre, bois – et, selon leur orientation, on obtient un effet dynamique ou plus statique. Et pour ceux qui voudraient combiner un mobilier tendance à un éclairage éco, il existe également diverses solutions d'aménagement pourvues d'un éclairage DEL intégré.

Du sol au plafond, l'originalité est de mise

Cadre d'un magasin, le sol et les murs de ce dernier revêtent un rôle clé. Sont alors nécessaires des idées aussi originales qu'innovantes: l'utilisation de tissus ré-

sistants pour le revêtement des murs, par exemple, dans le but de produire une atmosphère exclusive tout en restant subtile. Dans cette optique, l'entreprise allemande **Wand-Gewand** décline une large variété de tissus de teintes unies ou imprimés de motifs floraux ou graphiques – personnalisables à la demande du client – disponibles dans une grande palette de coloris. Tapisseries, toiles, tissus et autres surfaces imprimées – des tapis aux rideaux – mais aussi fibres de verre et velours pour sofas sont la spécialité de **Wand-Gewand**. Ce qui fait l'exclusivité du produit? Chaque exemplaire est une pièce unique mais garde cependant un prix modéré grâce à l'utilisation des nouvelles techniques d'impression numérique.

Côté sol, le naturel reste la tendance gagnante, avec comme grands protagonistes le bois, les matériaux à effet boisé ou encore les dalles de pierres. Le style ancien du parquet ou, au contraire, le look plus moderne d'un revêtement légèrement argenté semblent tous deux particulièrement plaire à un public jeune. Le dallage de style rétro années 70, comme celui proposé par **Project Floors**, remporte en revanche tous les suffrages – auprès d'une clientèle aussi bien jeune que plus âgée. Alternatives aux matériaux naturels, l'entreprise de design **Objectflor** propose le revêtement en PVC imprimé, mais avec là encore une préférence pour l'effet naturel boisé ou façon pierre.



EURODISPLAY

HINDSGAUL

Réalisme ou sophistication, la pureté des lignes avant tout

Plus que le naturel, l'authenticité semble être le critère sine qua none d'un bon aménagement. Et cela vaut en particulier pour les mannequins, premiers supports du produit. Aussi, la série «Tomane Crest» d'**EuroDisplay**, à travers ses modèles aux visages subtils et aux silhouettes élégantes, offre une solution de présentation adaptée aux departments stores haut de gamme et autres magasins enseigne. En outre, grâce à leurs allures naturelles, ces mannequins se fondent aisément dans une large variété de décors. Dans un style plus sophistiqué, la gamme «Desire» propose, quant à elle, des silhouettes très étudiées, convenant davantage aux vitrines et à l'aménagement des boutiques de

luxe. Pour un réalisme quasi parfait, la compagnie danoise **Hindsgaul** opte en revanche pour un design directement inspiré de l'univers des podiums à travers sa ligne «Pure». L'article référencé «Christian» a notamment été conçu par imitation des traits du top modèle Christian Hald Nielsen. De la sobriété au réalisme, en passant par un peu plus de sophistication: tous les choix sont permis, mais la subtilité reste de rigueur.

Interactivité et multimédia: les boutiques s'animent

À l'heure d'Internet et de l'interactivité, les produits high-tech et multimédia deviennent d'incroyables outils de communication, en particulier dans le champ commercial. Placés en vitrines ou bien au cœur même de l'espace de vente, ils permettent en outre de rendre une boutique plus vivante et de renforcer la visibilité de certains produits. Parmi les dernières innovations en la matière, sont à retenir les solutions de vitrines interactives de **Peak Module**, ainsi que les systèmes à capteurs sensoriels servant à télécommander des présentations multimédia en vitrines de chez **Heddiar Electronics**. Sans doute le produit le plus marquant: le gigantesque écran à cristaux liquides d'une diagonale de 2,75 m proposé par **Sharp**, alliant esthétique et nouvelles technologies. Et pour s'assurer que son commerce soit toujours bien gardé, l'entreprise **NCR** propose, côté sécurité, de nouveaux systèmes de vérification électronique de la marchandise, ainsi que d'autres renforts simplifiés pour l'espace caisse.

À travers ce panel d'innovations techniques et design, les secrets de beauté des meilleures boutiques vous sont maintenant révélés. Alors à vous de jouer!