

## FAPEC A EQUIPMAG

### Agencement / Mise en Scène / Merchandising / Mobiliers / PLV

#### Pavillon 3 – Stand D 064

FAPEC qui a fêté en 2015 ses 50 ans, est un des leaders européens dans la fabrication de concepts de mobiliers et de PLV pour les chaînes de magasins.

La force de FAPEC est de répondre aux attentes des développeurs de concepts qui ont besoin de dupliquer en grande série des mobiliers ou présentoirs. Ils font appel à son expertise, sa capacité industrielle, ses services, et son savoir-faire Made in France.

Les clients de FAPEC sont issus de secteurs professionnels très différents mais cette diversité est aussi porteuse de créativité. Ils développent des gammes de produits ou concepts généralement au niveau international. Ce sont, par exemple :

- Dans la beauté : Beauty Sisters, Kérastase, L'Oréal Coiffure, Yves Rocher, Sephora, L'Occitane, les pharmacies PHR...
- Dans la mode, les bijoux, l'optique : Izac, Atol, Krys, Tag Heuer, Le Manège à Bijoux / E.Leclerc...
- Dans les loisirs : Club Med, Fnac, Laforêt, Leroy Merlin, LG, Monnaie de Paris ...
- Dans les produits connectés : The Kase, Lick, SFR...
- Dans l'alimentaire : Lixir, Intercaves...

#### Parmi les tendances 2016

- **La recherche de magasins chaleureux, d'écrins** où le consommateur se sente bien « comme à la maison » où il puisse s'installer confortablement pour essayer ses lunettes, tester du maquillage...où les produits soient bien mis en scène. Donner envie de passer du temps et de revenir dans le point de vente, voilà le défi des enseignes et des marques face au monde digital. C'est en effet dans le magasin que le consommateur doit trouver la différence : accueil, conseils individuels, pouvoir voir, toucher, sentir, goûter, essayer, mesurer et évaluer en direct les produits.
- **Une demande de mobiliers connectés** afin de relier le point de vente au monde digital : cela se traduit par l'incorporation de toujours plus de technologie dans les meubles (afin de relayer des informations en wifi, RFID, ou par clés usb, et d'intégrer les normes de câblages à l'international...) ; il faut également anticiper sur les besoins futurs en connectique, par exemple le changement de matériel informatique...

## Au concept innovant de BEAUTY SISTERS Un aménagement de magasins innovant !

Le nouveau concept BEAUTY SISTERS lancé en mars 2016 près de Bordeaux est une première. L'atelier blog de beauté est un véritable blog grandeur nature en perpétuelle effervescence...pour un moment de partage et de complicité entre amies.

Il cible en priorité les jeunes femmes en les accueillant dans un univers reprenant l'esprit d'un appartement haussmannien revisité par une étudiante.

FAPEC a traduit les intentions créatives des agences Versions et In Situ, en réalisant des mobiliers élégants :

- Des commodes de style ancien aux poignées en laiton doré, ornées d'un miroir spécialement découpé pour incorporer un écran TV : un symbole du contraste entre élégance et technologie,
- Des structures blanches : ce sont des éléments modernes au milieu des moulures murales haussmanniennes, où s'intègrent des niches en bois clair pour donner le maximum de visibilité aux produits cosmétiques,
- Des meubles de maquillage reprenant le principe de mallettes de maquilleurs professionnels,
- Une grande table atelier centrale, agrémentée d'écrans tactiles, de miroirs, d'un espace presse... le tout pour que la cliente s'installe confortablement afin de tester les produits « comme à la maison ».



Ce concept innovant signe le positionnement de Beauty Sisters, et multiplie les effets modernes et anciens en contrastant les couleurs noir et blanc, les matériaux et les textures : tôle noire et laque blanche, stratifiés blanc brillant, chants façon multiplis...

Le savoir-faire de FAPEC a permis de fabriquer des mobiliers conformes aux attentes et d'assurer la livraison et la pose du magasin test proche de Bordeaux, l'objectif étant à terme de développer cette nouvelle enseigne du groupe Beauty Success en franchise, sur des surfaces d'environ 70 m<sup>2</sup>.

## Modularité et Design pour le nouveau concept de mobilier VISION PLUS

VISION PLUS, enseigne de KRYS GROUP, compte plus de 350 magasins d'optique en France. A partir de la création d'O'DESIGN, FAPEC produit toute une gamme de mobiliers interchangeables, qui correspondent aux objectifs décrits par Jessica JACQUEMART, Directrice de la Marque : « Imaginé et designé pour valoriser les montures de créateurs, le dernier mobilier VISION PLUS reste avant tout très modulable et permet ainsi de trouver le parfait équilibre entre mass market et créateur. Les grands cadres dédiés aux créateurs starifient les montures grâce à un principe de tablettes amovibles. Un concept esthétique et prometteur... »

Il s'agit, en effet, d'améliorer la visibilité par type de montures tout en étant esthétique, via plusieurs styles de présentoirs qui se juxtaposent. Les différentes hauteurs comme les divers matériaux créent des ruptures dans le linéaire avec notamment :

- De grandes niches très hautes (2,50 mètres), tapissées de toile sable et encadrées de chêne wengé, pour la mise en scène des montures de créateurs sur des tablettes amovibles,
- Des échelles inclinées en fil d'inox pour valoriser les montures optiques,
- Des colonnes en aluminium afin d'exposer verticalement les montures solaires par marques.

Une signalétique translucide en tête des meubles ou sur le mur facilite le repérage par familles ou services : femme, enfant, homme, mixte, solaire, audition, examen de vue...



Côté pratique, des tiroirs de rangement permettent de stocker les étuis et montures sous les meubles muraux.

L'atelier est volontairement installé au centre à proximité du meuble de caisse : le client peut ainsi constater que les réglages et travaux sur les montures sont réalisés sur place.

Ces mobiliers qui existent en deux largeurs sont conçus pour s'adapter aux différents formats des points de vente.

## Les boutiques du nouveau concept 3.0 de LEROY MERLIN

Les boutiques mettent en scène des espaces dédiés aux conseils, aux cours de bricolage, des zones de rencontres entre vendeurs et clients.... Le design, les mises en ambiance « comme à la maison », le soin apporté aux éclairages constituent un nouvel écrin. Un moyen de valoriser l'innovation et les tendances et de faciliter l'accès au bricolage, avec des espaces de conception, des lieux de détente et de formation pour apprendre à faire soi-même. Tout au long du parcours, des "zones de testing" permettent à chacun d'apprendre comment poser du carrelage, du parquet ou encore changer un joint de baignoire. Il y a la décoration pour les murs, les fenêtres, l'atelier couleurs pour choisir sa peinture, la découpe de bois...



## Le privilège de l'accueil dans les agences immobilières LAFORÊT

L'objectif est de créer une atmosphère conviviale comme à la maison. En vitrine, les étagères inclinées et ajourées comme des persiennes sont déjà une invitation à entrer dans un univers moderne et coloré. L'espace rencontre est dédié à l'accueil du client. L'ensemble est conçu pour valoriser tous les métiers de l'immobilier et stimuler les projets des clients.





## Pharmacie Référence Groupe relie le point de vente au monde digital

Le Groupe PHR «Pharmacie Référence Groupe » a lancé les premières pharmacies 100% connectées sous l'enseigne.



**Le point de vente est le relais et la vitrine du monde digital.**

A partir du design Workshop, les principales innovations sont :

- **Le « web bar »** : un mobilier central au design arrondi spécialement conçu pour la **connexion au monde digital** avec des **tablettes tactiles** pour s'informer, recevoir des conseils, définir ses symptômes, renouveler son ordonnance...
- **la connexion des produits sur les étagères et leur visualisation simultanée sur écrans leds...**
- Un mobilier a aussi été créé pour la **mise en scène des objets connectés** de la pharmacie, par exemple pour la prévention des risques, le suivi physique, alimentaire...
- **Enfin le repérage des produits et des services par la création de secteurs par code couleurs** : le rose pour « Mieux me soigner », le vert « Mieux préserver ma santé » le bleu pour « Ma pause santé » (prévention, auto-diagnostic, RDV diététicienne) et « Mon confort à domicile »...

## Les shops in the shops pour la maroquinerie CARPISA (Groupe Beaumanoir)

La **mise en scène rationnelle** et moderne valorise l'assortiment de sacs et maroquinerie avec une gamme de mobiliers, tables, portants et présentoirs en bois et métal.



## En matière de présentoirs, valorisations de linéaires ...

Les marques souhaitent rentabiliser leur communication et déclencher la décision d'achat, donc **être efficaces sur le point de vente**. Le plaisir du shopping passe aussi tout simplement par la **facilité à repérer l'offre** et à aider le consommateur à ne pas perdre de temps.

### Quelques réalisations récentes de PLV



- **Le meuble KÉRASTASE facilite le repérage** des différentes gammes de la 1<sup>ère</sup> marque de produits capillaires au monde tout en véhiculant l'image professionnelle de la marque et son ancrage dans l'univers du luxe. **Ce présentoir a reçu un Award de bronze au Concours Popai Awards 2016** dans la catégorie Présentoir de sol stockeur.

- **Le présentoir LG valorise la gamme d'écrans haut de gamme OLED.** C'est une structure solide qui identifie la marque en partie haute.



Le bureau d'études, l'expertise le show-room, le site industriel FAPEC sont autant d'atouts au service des marques et des enseignes pour les aider à séduire le consommateur, à mettre en scène et valoriser leur offre.

**Plus d'informations, demande d'interview, photos haute définition ...**