

En s'appuyant sur l'expérience de FAPEC en cosmétiques FLORMAR s'implante dans les points de vente du Groupe BEAUMANOIR.

Quand le maquillage s'invite dans les magasins de prêt-à-porter !

Pour se développer en France, Flormar a signé fin 2013 un partenariat avec le groupe Beaumanoir, spécialiste de la distribution mode rassemblant plus de 2500 points de vente dans le monde avec les marques Cache Cache, Bréal, Bonobo, Morgan, Scottage, La City

La marque Flormar créée en 1970 à Milan est aujourd'hui une marque internationale présente dans 80 pays, 350 monostores et 40.000 points de vente en distribution sélective. Flormar est spécialisée dans les produits de maquillage (ongles, lèvres, yeux et teints) et propose également des produits de soins et des accessoires.

L'objectif de ce partenariat est d'apporter une valeur ajoutée à l'expérience shopping de la cliente : découvrir une marque de maquillage de qualité, abordable et créative et pouvoir assortir son maquillage à sa tenue. Pour les points de vente, cela permet de développer une nouvelle attractivité, créer du trafic via une nouvelle offre et développer le panier moyen.

Flormar cible toutes les femmes de tous âges et de tous styles qui veulent être bien dans leur peau « pour toutes vos envies, toutes vos humeurs ».

Un mobilier adapté selon le type de point de vente !

A partir de la création de mobiliers réalisés par les équipes internes de Flormar au niveau international, FAPEC a mis au point et réalise **3 types de dispositifs selon l'implantation** :

- Des ensembles « shop in shop » d'environ 30 m² conçus pour faciliter le conseil d'un personnel formé et dédié à la marque Flormar, qui organise des démonstrations de produits : ils seront installés dans environ 150 magasins multi-marques du Groupe Beaumanoir (Cache Cache, Bréal, Bonobo).
- Des stands muraux de 2 à 7,5 mètres de linéaire : ils se fondent dans les magasins Cache Cache, complétés par une table pour la mise en avant des nouveautés. C'est une implantation qui respecte les codes de la marque Flormar tout en facilitant le self-service.
- Deux monostores ont été ouverts en 2014 avec le même mobilier que les « shop in shop » : ce sont des boutiques uniquement dédiées à la marque.

Partout, les mobiliers s'effacent pour valoriser l'assortiment de maquillage sur fond noir.



Fapec a rationalisé le concept existant et optimisé l'agencement, en travaillant sur :

- la standardisation des références de mobiliers,
- les économies d'échelle,
- l'optimisation du rangement,
- la sélection des matériaux, par exemple en préconisant du métal plus solide que du bois, une peinture spéciale pour survivre aux dissolvants...
- la préconisation du multi-matériaux : métal, bois, plastique,
- l'amélioration de l'éclairage leds pour éviter toute surchauffe de produits,
- la logistique et le montage tant au niveau du transport que de la sécurité : les mobiliers sont livrés en kit, les montages sont simplifiés au maximum.

Les 3 types d'implantations devraient se déployer en 2015, aussi bien les mobiliers « shop in shop » que les stands muraux et les monostores.

Fapec a été retenu pour son professionnalisme, la technicité de son outil de production multi-matériaux (site de 40.000 m²), la qualité de ses fabrications Made in France et ses compétences dans les cosmétiques et la mode.

FAPEC est un des leaders européens dans la fabrication de concepts de mobiliers et de PLV pour les chaînes de magasins. Sa force est d'apporter une solution complète MADE IN FRANCE en intégrant les différentes phases de conception : création du design, mise au point des prototypes, fabrication en série dans son site industriel, et possibilité d'installation dans les points de vente..FAPEC conçoit toute sorte de mobiliers commerciaux dont la durée de vie demande des matériaux solides et une finition irréprochable : concepts de magasins, valorisations de linéaires, présentoirs, bornes d'informations, podiums, corners, mobiliers ... Parmi ses références : Absorba, Adidas, Atol, Auchan Calvin Klein, Club Med, Coty Beauty, E.Leclerc, Family Prix, Habitat, Histoire d'Or, Intersport, Izac, Legrand, Levi Strauss & Co, Lick, Lixir, Marc Orian, L'Occitane, Orange, Les Opticiens Conseils, L'Oréal, Paprec, Smart Box, The Kase, Triumph, Yves Rocher ...