

FAPEC AU SALON DU MARKETING POINT DE VENTE

**Agencement / Mise en Scène / Mobiliers / Corners / PLV / Présentoirs / Merchandising
HALL 4 – Stand D31**

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. Membre du POPAI, FAPEC est un fidèle exposant du salon du MARKETING POINT DE VENTE. FAPEC expose sur son stand quelques-unes de ses dernières réalisations dans la mode, la beauté, l'optique, le bricolage, les objets connectés, par exemple pour les marques ou les enseignes : CARPISA (GROUPE BEAUMANOIR), ISINIS (FOURNIVAL), KERASTASE, KRYS, LEROY MERLIN, LICK, L'OCCITANE, L'ORÉAL... autant d'exemples qui démontrent son expertise et la qualité de ses conceptions Made In France.

Dans l'univers des magasins, deux grandes tendances se remarquent quel que soit le type de produits :

- **Créer des magasins où le consommateur se sente bien**, lui 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. Les enseignes font ainsi beaucoup d'efforts pour créer des écrans et accueillir au mieux leurs clients.
- **Le nouveau concept 3.0 de LEROY MERLIN** met 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 écran. 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...



- **Dans les agences immobilières LAFORÊT**, l'objectif est aussi de créer une atmosphère conviviale comme à la maison. C'est 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.



- **Relier le point de vente au monde digital** : Le point de vente est le relais et la vitrine du monde digital.

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



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 inutile.

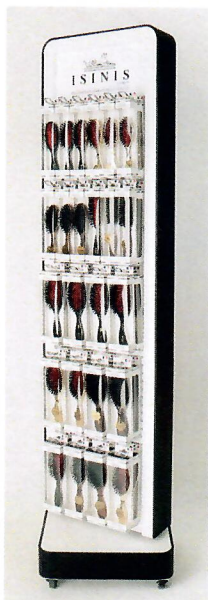
Quelques réalisations récentes de corners et PLV

- Dans les **shops in the shops 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.



- **Le meuble KÉRASTASE facilite le repérage** des différentes gammes de la 1^{ère} 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 été nommé au Concours Popai Awards 2016**, dans la catégorie Présentoir de sol stockeur.

- **Le tourniquet double-faces rotatif ISINIS permet de classer clairement les gammes de brosses à cheveux haut de gamme dans les pharmacies et les parfumeries.**



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



- **Pour dynamiser les rayons photo de la FNAC, un nouveau mobilier met en scène les marques et facilite la prescription et l'expérience client.**

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 ...