

BOOK MERCHANDISING





EXERCICE 42
VISUAL MERCHANDISER - ÉTALAGISTE -
CONCEPTION VITRINES - BLOCS 2
RÉALISER UN BOOK MERCHANDISING

ANALYSE DE LA MARQUE	5
SIKKENS EN QUELQUES DATES	5
IDENTITÉ	7
ANALYSE AVANT L'INTERVENTION	9
LA DEMANDE	11
LES VITRINES	13
LES VITRINES AUTOMNE/HIVER 2021	15
CONCEPTION VITRINE - TERRE D'OCRES	17
CONCEPTION VITRINE - VOYAGE ONIRIQUE	25
LES VITRINES PRINTEMPS/ÉTÉ 2022	33
L'ENTRÉE DU MAGASIN	35
LE SHOWROOM	43
LES REVÊTEMENTS MURAUX	45
LES REVÊTEMENTS DE SOL	47
LE CENTRAL	49
ANALYSE APRÈS L'INTERVENTION	55



Wiert Willem Sikkens dans son atelier, peintre et fondateur de la marque, Groningen



SIKKENS EN QUELQUES DATES

1792

Wiert Willem Sikkens fonde une usine éponyme spécialisée dans la fabrication de peinture et vernis, le long du rempart de Groningen aux Pays-Bas.

1924

Création d'un laboratoire pour développer de nouveaux produits et effectuer des contrôles qualité plus performants. Notamment pour les vernis spéciaux nécessaires aux fabricants de mobilier et les industries automobile et aéronautique.

1939

Déménagement à Sassenheim (Pays-Bas). Développement et création de vernis à base de résine artificielle pour faire face à la pénurie en matières premières de l'après-guerre.

1969

Après une série de fusions de sociétés et la création du groupe Akzo, Sikkens devient le leader du marché international.

1993

Akzo fusionne avec la société suédoise Nobel et devient rapidement le premier producteur mondial de peintures, vernis, lasures et résines synthétiques.

2012

Suite au rachat de multiples distributeurs indépendants, Akzo-Nobel crée son propre réseau de distribution intégré, Sikkens Solutions.





IDENTITÉ

Sikkens Solutions, ce sont 120 points de vente spécialisés dans les domaines de la Peinture, l'outillage, les revêtements de murs et sols.

Missions

- Proposer une offre complète de services performants et des solutions personnalisées pour renforcer l'expertise et développer l'activité des peintres.
- Concevoir les éléments essentiels du quotidien pour rendre nos vies plus agréables et inspirantes.

Cibles

La marque s'adresse tant aux professionnels du bâtiment qu'aux particuliers, architectes, décorateurs, etc. Tout est mis en œuvre pour que chacun atteigne des résultats professionnels en utilisant les produits Sikkens.

Vision

"Être les pionniers d'un monde d'opportunités pour protéger et sublimer toute surface". La marque possède une renommée internationale, grâce à sa passion pour la meilleure qualité. Sikkens séduit des clients partout en Europe, en Asie et en Australie.

Valeurs / Manifeste

"Innovation, Qualité, Performance depuis 1792". Sikkens accompagne les peintres en leur offrant des produits et services de qualité pour un résultat optimal.

Positionnement

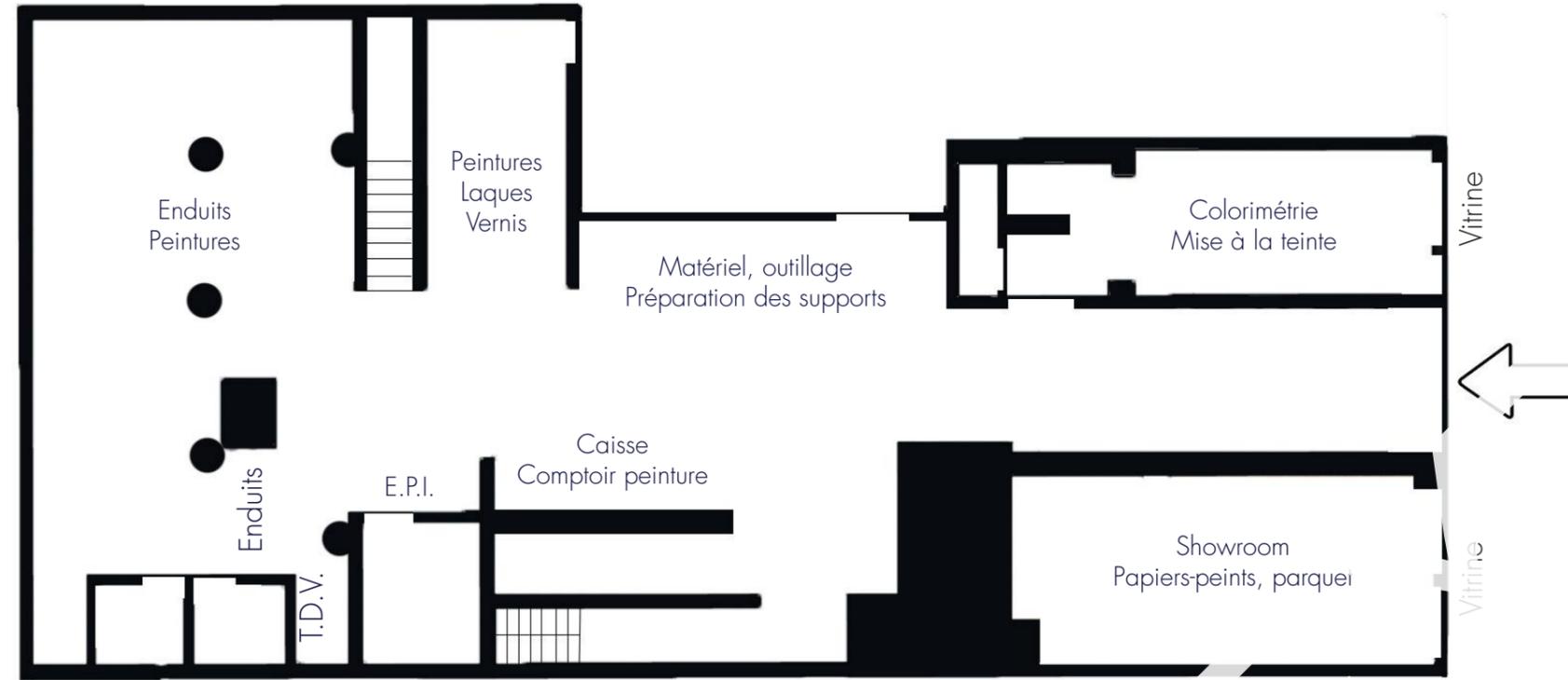
Toujours dans la recherche de l'excellence. L'entreprise se développe en permanence pour trouver les meilleures solutions et répondre aux demandes du marché. Les produits sont conçus de manière à fournir des performances techniques de haut niveau, à offrir une productivité maximale et en outre, à être durables.

"L'innovation est une invitation à aller plus loin, au-delà des attentes conventionnelles, au-delà de l'imagination de nos clients et au-delà des générations"

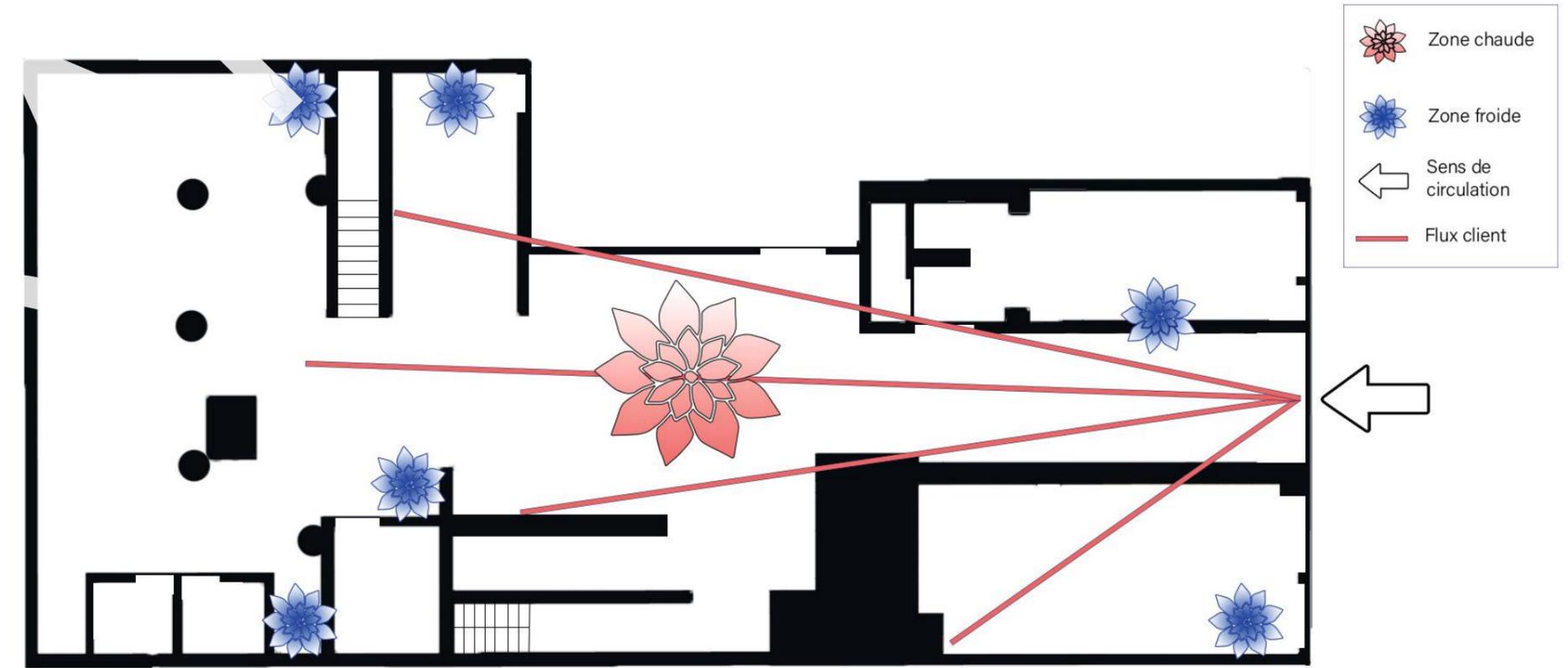
Signatures

*Donnez vie à votre projet
Mettez de la couleur dans votre vie
Peignons ensemble le monde de demain
Fier d'être peintre*

ANALYSE AVANT L'INTERVENTION



Plan de masse, Sikkens Solutions Lyon



Zoning, Sikkens Solutions Lyon



Implanté en plein cœur de Lyon dans une rue commerçante, Sikkens Solutions souhaite renforcer sa visibilité, augmenter sa fréquentation et développer son activité auprès des particuliers et professionnels du bâtiment.

Pour répondre à cette demande nous avons axé notre réflexion sur plusieurs stratégies de merchandising. Comme nous l'avons vu sur les plans précédents, le point de vente est aménagé en flux de circulation libre. Nous constatons qu'il y a plusieurs zones froides non exploitées. À ce titre nous proposons l'insertion de points dynamiques d'arrêt, pour guider les clients dans leur parcours :

- Animer les vitrines en mettant davantage en avant les peintures Sikkens et les revêtements
- Repenser l'entrée du magasin pour la rendre visuellement plus attrayante et accueillante
- Réaménager l'espace showroom pour qu'il soit plus pratique et fonctionnel
- Restructurer le pôle central du magasin et mettre en place un podium pour les mises en avant et promotions



Les vitrines avant l'intervention, 2018-20

Adressé en premier lieu aux professionnels du bâtiment, Sikkens Solutions souhaite développer son offre de services auprès des particuliers, en les accompagnant dans leurs projets de décoration. Proposant chaque année une nouvelle palette de couleurs et styles, elle se démarque de la concurrence et affirme son identité. Pour renforcer cette visibilité nous apposons les stickers «professionnels» et «particuliers» sur le haut de la façade, en rappelle de l'enseigne. Cette communication invitant chaque client potentiel à venir découvrir la boutique.

Concernant les vitrines, jusqu'alors le magasin réalisait une vitrine Papier peint côté showroom et une seconde pour les promotions Peinture annuelles. Afin d'accroître l'attractivité du point de vente, il est choisi d'animer plus régulièrement les vitrines en fonction des nouveautés produits et des offres de saison. En premier lieu, nous proposons d'harmoniser les meubles de présentation en 2021. Plus spacieux, ils vont permettre de théâtraliser les vitrines comme le souhaite l'enseigne. Nous suggérons de créer des décors d'ambiance inspirants dans lesquels les clients pourront s'identifier et se projeter. En insufflant les dernières tendances de couleurs, matières et décoration, la marque renforce ainsi son impact visuel.



TERRACOTTA JUNGLE

Panoramique *Fancy Landscape*, col. *Beauti full image 2*, CASELIO / Papiers peint col. *Mirage* et *Textures Végétales*, CASAMANCE

ART DÉCO

Papiers peint col. *Havana* et *Lotus*, MASUREEL



Moodboard Terre d'Ocres

C'est dans l'idée de mettre en scène les pots de peinture Sikkens que nous avons imaginé la vitrine printemps/été 2022. Inspiré par cette tendance actuelle pour les couleurs ocres naturelles et ses tonalités positives, et faisant suite à un séjour en Provence, nous avons proposé de travailler sur le thème des Ocres de Roussillon.

Ce thème évoque la richesse des ressources naturelles, les couleurs chaudes variants du jaune au rouge-orangé, les paysages de western du Colorado provençal, le désert, les dunes, les sables du Sahara, la chaleur du Sud, les serres tropicales, les palmiers, les hibiscus, ou encore, le mimosa. Ces différentes inspirations se retrouvent ci-contre dans notre moodboard.

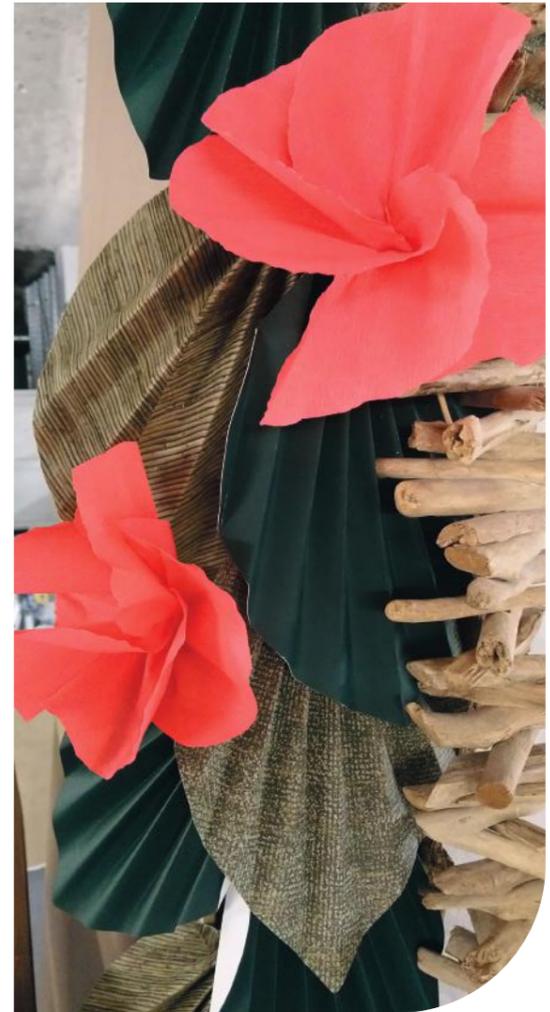
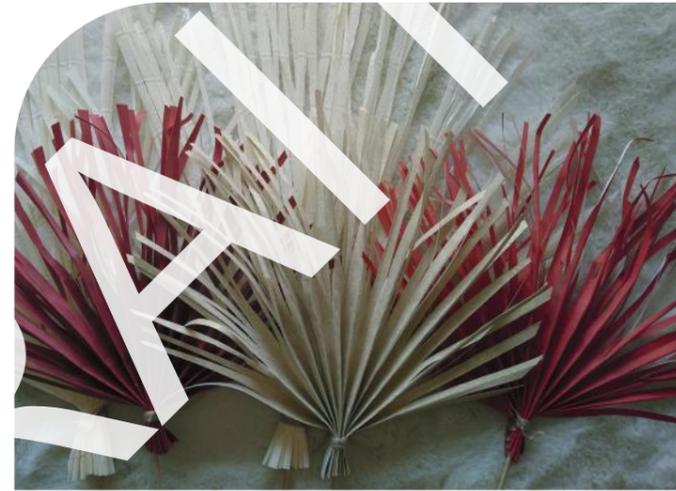
Nous avons proposé de recréer ce paysage en habillant les murs de la vitrine avec un dégradé de couleurs rappelant les terres d'ocres du Colorado provençal. Réalisé par mes soins en peinture, il évoque pour certains les vacances au soleil, pour d'autres, le crépuscule. Par ailleurs, ce décor est un clin d'œil aux papiers peint panoramiques style tie and dye, dans la tendance du moment. Inspiré par les murs végétaux et les pots suspendus en macramé, nous avons souhaité retranscrire cette idée de jardin vertical avec des pots de peinture suspendus dans le décor. La végétation est créée à partir de fleurs séchées et de papier, confectionnée par nos soins. Ces créations s'inscrivent dans la tendance actuelle de la décoration artisanale et durable, identitaire de la marque.



Inspirations Couleurs, Matières, Textures



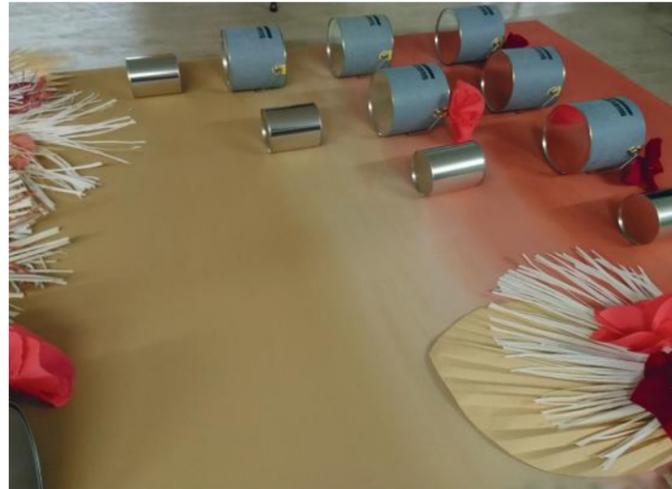
Modélisation, planogramme



Maquette et conception

Conception et création

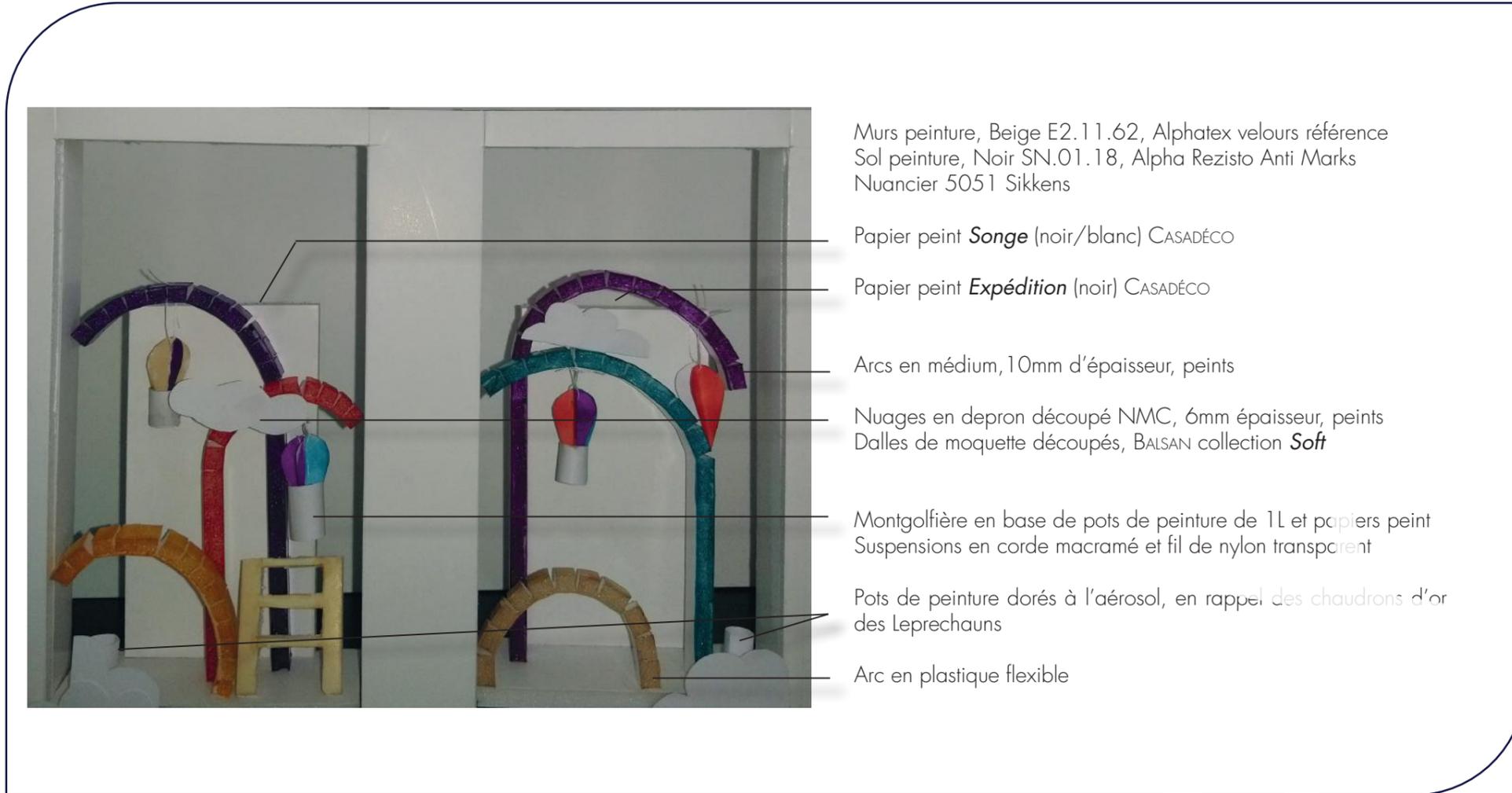




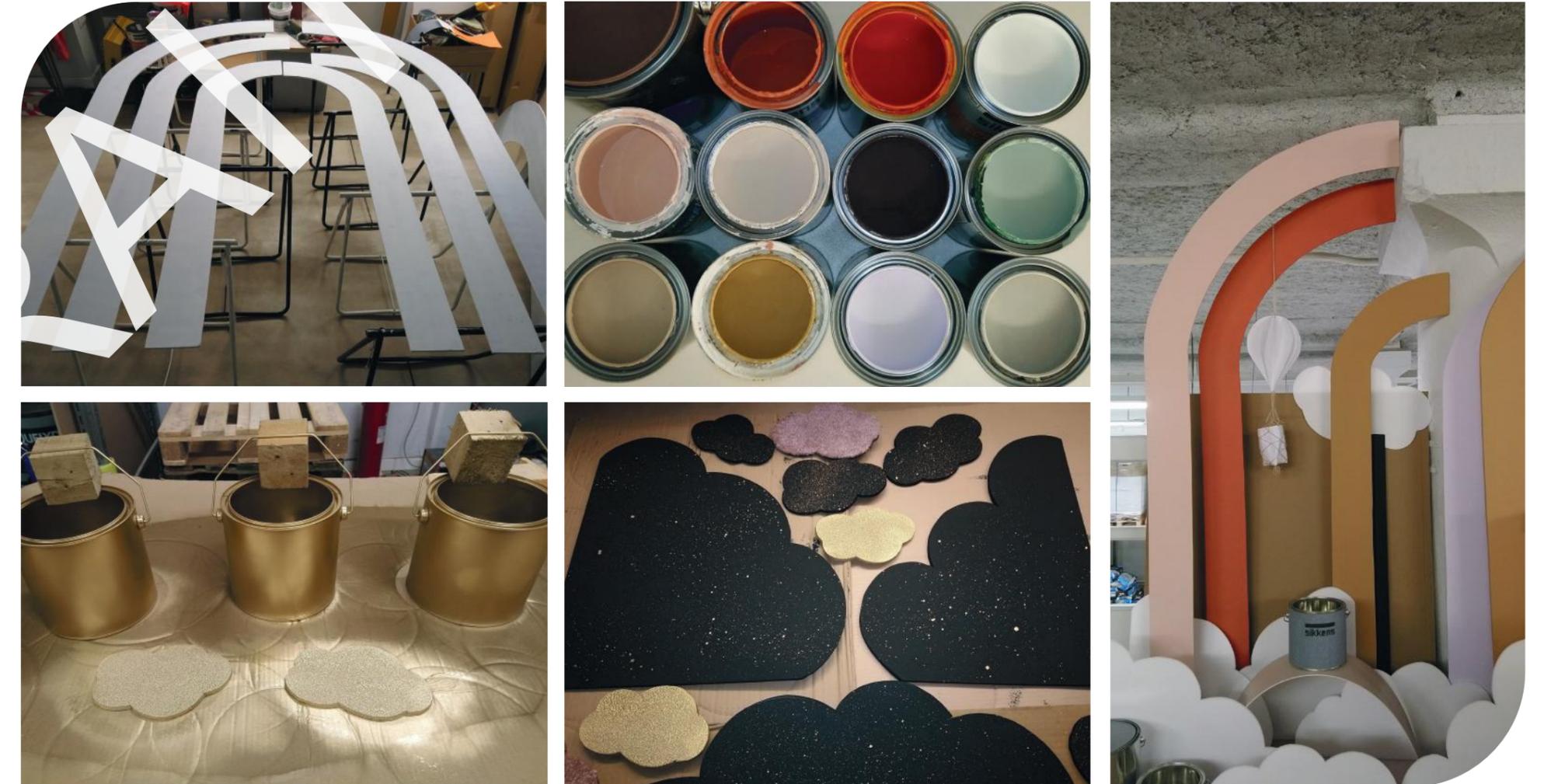
Le montage



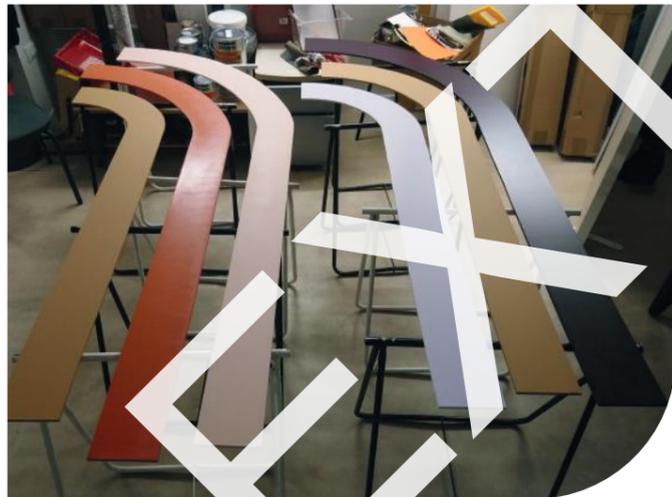
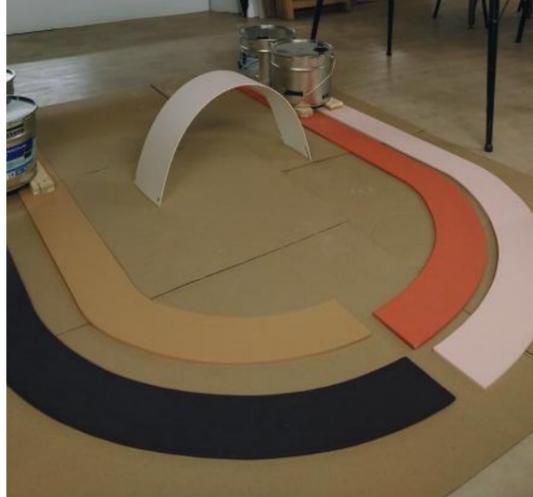
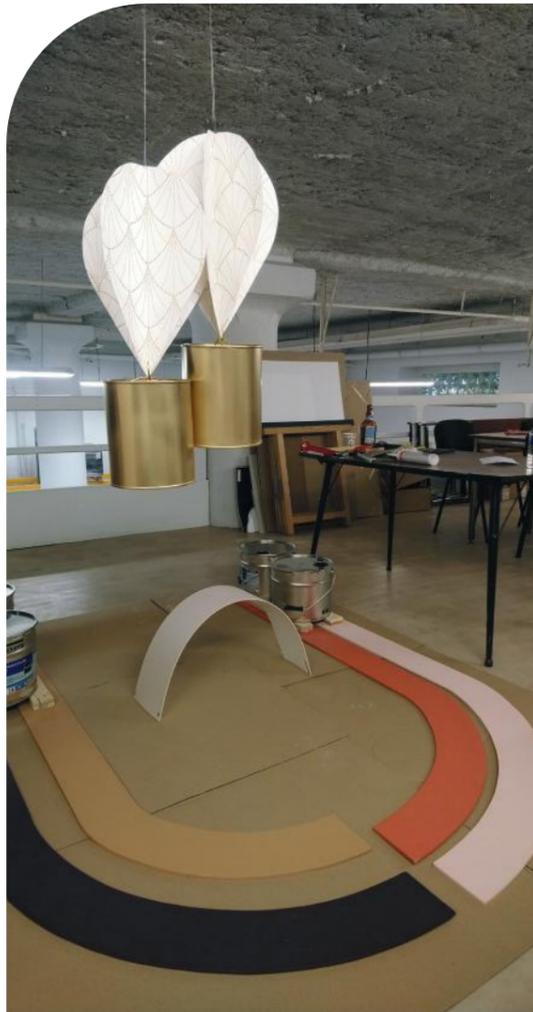
La réalisation



Maquette, planogramme



Conception, création et choix des couleurs



Conception et mise en peinture

Le montage