

## LE LEADER DES ARTS DE LA TABLE REVOIT SON CONCEPT DE POINTS DE VENTE ET REMET LE PRODUIT EN MAJESTÉ



Imaginé en 2005, le concept de points de vente Guy Degrenne basé sur le thème de la halle et du marché bénéficie de quelques aménagements pour une meilleure segmentation des collections et améliorer la lisibilité des produits. Confié à l'agence Brio, cette refonte permet à la marque normande de mieux mettre en avant l'évolution récente de ses collections, modernes et différenciantes, en ligne avec les attentes de ses clients. Pour se faire, mobilier, éclairage, implantation et identité visuelle ont été repensés afin d'offrir une nouvelle expérience d'achat aux clients.

Le mobilier de teintes blanc, gris et taupe se fait plus discret et laisse aux collections toute la latitude de s'exprimer. Assiettes, verres et couverts sont associés pour proposer des combinaisons de présentations.

Les couverts retrouvent une place centrale via un meuble présentant à la fois les couverts haut de gamme, sur fond noir pour meilleure mise en valeur, et les couverts du quotidien, en libre service.

Le nouvel éclairage LED met en valeur la blancheur de la porcelaine et les couleurs des produits. Des étagères rétro éclairées offrent parallèlement une nouvelle vision des collections.





Cette refonte passe également par une **nouvelle segmentation des collections en trois univers distincts** : l'Art de la table en orange, le Culinaire en rouge et l'Enfant en vert. Des supports en plexiglas fluo viennent délimiter et donner du relief à ces espaces. Les univers annexes ne sont pas oubliés : **deux zones de « respiration »** dédiées à l'œnologie et au thé/café complètent l'ensemble.

Une **nouvelle identité visuelle**, plus graphique, habille meubles et murs du nouveau concept. Les produits sont mis en scène de manière ludique sur une nouvelle PLV et prennent vie sous forme de personnages, d'arbres...

Le magasin Guy Degrenne de **Toulouse** a été le premier à bénéficier de cette refonte. Celui de **Paris Village Royal** et le **corner du Printemps Lyon** seront les prochains à faire « vitrine neuve » d'ici à fin 2012. Les 2 **nouvelles franchises** de **Cherbourg** et de **Clermont-Ferrand** ont, quant à elles, adopté ce nouveau concept dès leur ouverture courant octobre.

---

« Avec la mise en place de ce nouveau concept, nous espérons une **croissance de 10% du chiffre d'affaires** des points de vente concernés. Le déploiement au reste de notre réseau sera conditionné à l'atteinte de cet objectif »

**Thierry Villotte, Président du Directoire de Guy Degrenne.**

---