janvier 2012

Lapeyre Gennevilliers

Lapeyre Gennevilliers, une agence innovante



Situé dans la zone commerciale des Chanteraines où se côtoient de grandes enseignes dédiées à l'habitat et à la décoration, le magasin Lapeyre de Gennevilliers (92) est l'un des quatre points de vente ouverts par le groupe sur le mois de septembre avec ceux de Sainte-Geneviève-des-Bois (91), Pontault-Combault (77) et Plan de Campagne (13).

Implanté sur le site d'un Aquamondo, enseigne dédiée à l'univers de la salle de bains créée en 2006 par Lapeyre et récemment abandonnée, le nouveau Lapeyre de Gennevilliers s'étend sur une surface d'environ 2 000 m2 et se présente comme un point de vente de dernière génération pour le groupe. Pour cette implantation, ce dernier n'a pas hésité à effectuer de nombreux tests et, comme le précisent Claire Buchillet et Clément Jung, co-directeurs de l'agence, à mettre en place des innovations pour s'adapter à une clientèle mixte grand-public et professionnelle issue des départements du nord ouest parisien.

Refait à neuf durant l'été et ouvert au public depuis début septembre, le magasin Lapeyre de Gennevilliers intègre la nouvelle signalétique du groupe avec une attention particulière accordée à la façade extérieure. En effet, sur le bandeau haut, un large logo Lapeyre prend désormais place accompagné des univers de l'enseigne (aménagements, bains, cuisines, menuiseries et bois) qui sont indiqués en toutes lettres. Ces savoir-faire sont également personnifiés via la présence des « bonhommes Lapeyre », petits personnages emblématiques qui sont déclinés dans chacun des métiers.

Favoriser l'accueil et le conseil

Outre la façade extérieure, l'intérieur du magasin a également été repensé. Le plot Accueil, généralement situé en retrait de l'entrée, a ainsi été avancé pour permettre aux hôtesses de mieux guider et conseiller les clients dès leur arrivée. Il est situé juste devant les comptoirs vendeurs qui sont désormais polyvalents et non plus spécialisés par métier, cela afin d'assurer une meilleure gestion des flux de clientèle. Mise en place dans tous les magasins d'Ile-de-France, cette polyvalence des vendeurs a nécessité de nombreuses séances de formation.

A noter que, du fait de son implantation, le magasin est ouvert du lundi au samedi de 10 heures à 20 heures et

le dimanche de 10 heures à 19 heures (60% du chiffre d'affaires étant pour le moment réalisé le week-end). Il est ainsi le seul point de vente à fermer si tardivement ses portes et fait fréquemment appel à des salariés en temps partiel pour renforcer les équipes.

Favoriser les mises en situation

Le magasin s'organise autour de d'une zone d'exposition d'une surface de 1 200 m2 qui regroupe de part et d'autre des comptoirs, l'espace projet (cuisines et salles de bains) et l'univers menuiserie. Pour la mise en avant de son offre cuisine, Lapeyre a privilégié les grands espaces afin d'améliorer la visibilité des produits (certains modèles sont d'ailleurs placés juste derrière la vitrine du magasin) mais aussi affirmer son savoir-faire de fabricant en jouant la carte de la mixité. Ainsi, outre des cuisines contemporaines qui représentent aujourd'hui une grande part des ventes, d'autres boxs sont consacrés aux versions rustiques, pluralité qui permet de répondre à toutes les demandes des clients tant en terme d'esthétisme qu'en terme de budget. Toutefois, tous les modèles présentés sont axés sur l'idée du gain de place et de la fonctionnalité. Pour mettre en valeur cette dernière notion et renforcer son image de spécialiste, Lapeyre a installé une zone technique, c'est-à-dire un linéaire reprenant l'ensemble des mécanismes et solutions disponibles qui pour l'occasion sont montés sur des meubles transparents. Considéré aujourd'hui comme un concept, cet espace cuisine devrait prochainement être décliné dans les autres points de vente de l'enseigne.

Pour son offre en salles de bains, Lapeyre a suivi la même démarche de présentation en regroupant aussi bien des solutions gains de place avec des meubles de faible profondeur que des solutions complètes (douche et baignoire) qui répondent à différentes configurations de la pièce. Du fait de l'abandon d'Aquamondo, l'enseigne a souhaité étoffer les modèles exposés et accorde, dans le magasin de Gennevilliers, une large part à la gamme Infinity, la première fabriquée dans ses propres usines. La partie technique comprend quant à elle une sélection de douches, robinets et de sanitaires.

Un shop in shop fenêtres

La zone menuiserie s'articule quant à elle autour d'un shop in shop entièrement consacré à l'offre fenêtre. Outre une large mise en avant de cette offre, cet espace permet aux vendeurs de mieux informer les clients mais aussi d'expliquer la technicité de chaque produit pour renforcer l'image de l'enseigne en tant qu'acteur majeur en menuiseries extérieures. Derrière ce showroom, des déclinaisons des packs fenêtres (produits et pose via le réseau d'artisans Lapeyre) sont également présentés. De part et d'autre de ce shop in shop, de larges allées sont quant à elles dédiées aux portes d'intérieur et d'extérieur ainsi qu'aux volets, aux escaliers, aux dressings…

Le concept de libre-service

Entre ces deux zones projet et menuiseries, un large espace est réservé aux revêtements de sol à savoir les parquets et les carrelages. Les efforts d'aménagements ont porté sur la visibilité des produits qui sont positionnés sur des présentoirs verticaux ou horizontaux pour favoriser le rendu final.

Contrairement aux autres points de vente, ces produits sont disponibles dans un libre-service. Développé dans les magasins Aquamondo, le concept est pour le moment testé à Gennevilliers et regroupe également des produits de mise en œuvre, des bacs de douche à l'italienne, des receveurs… ainsi que certaines références de fenêtres PVC, de portes, de salles de bains ou encore de cuisine. Les produits de la zone d'exposition disponibles en libre-service sont facilement repérables par une étiquette spécifique qui indique leur emplacement d'enlèvement.

Pour ces produits et ceux qui ne sont pas disponibles via le libre-service, les clients peuvent choisir la livraison (généralement en 24 heures) à domicile ou, pour les professionnels, sur les chantiers. Bénéficiant d'une surface de stockage de 600 m2, le point de vente s'appuie principalement sur l'entité d'Herblay (95)

qui traite les préparations de commande. Pour dynamiser ce service, le magasin de Gennevilliers propose un tarif unique de 69 euros pour la prestation. Au final, pour Patrick Bertrand, président du directoire de Lapeyre, toutes ces nouveautés témoignent du « retour de Lapeyre sur le devant de la scène afin de prendre de nouvelles parts de marché ».

Nicolas Desbordes