

Installée dans le VI^e arrondissement depuis juin 2015, la marque de meubles et déco premium de La Redoute, qui a aussi deux corners dans la capitale, est en quête de notoriété et de visibilité.

AM.PM veut conquérir Paris

10 à 15%

(plus de 600 références) de la collection disponibles en magasin

160 m²

Une nouvelle surface de vente au cœur du Marais

3

points de vente à Paris

12 €

à 1500 €

La fourchette de prix

Source : La Redoute

C'est au sein du concept-store Upla, au cœur du Marais, qu'AM.PM vient d'inaugurer son premier magasin physique. Une boutique dont l'ouverture a de quoi surprendre. La maison mère, La Redoute, n'est-elle pas «la» spécialiste de la vente par correspondance? «Nous avons ressenti le besoin des clients de toucher les produits, et la marque se porte très bien en termes de ventes», précise Sandrine Guichard, directrice maison et décoration à La Redoute. Car la maison est un secteur clé pour le groupe: l'activité représente 50 % du chiffre, qui se partage entre deux marques en propre, La Redoute Intérieurs et AM.PM, composée de produits haut de gamme, et vendus montés, et non en kit.

Une boutique conçue en interne

Il était peut-être temps de rendre visible et palpable cette offre qualitative ailleurs que sur catalogue. Après le lancement du loft parisien La Redoute Intérieurs à l'été 2014, un premier corner est ouvert en février 2015 au BHV Marais. «Les résultats sont, au bout de cinq mois, nettement au-delà de nos objectifs», indique Sandrine Guichard, sans préciser les chiffres. Une vraie boutique est donc imaginée par les équipes internes. Sur 160 m², le point de vente ouvert le 22 juin présente successivement les deux collections annuelles, avec changements de scénographie tous les trois mois. Pourtant, elle n'est pas une imitation des corners. La présence de cloisons permet un agencement et un merchandising plus complets que sur les deux

autres points de vente. Et ce n'est pas la seule différence. «L'espace BHV s'adresse à une clientèle très parisienne du fait de son implantation, tandis que le corner du boulevard Haussmann présente des objets plus classiques.» Au BHV Marais, la marque met l'accent sur la décoration et le linge de maison, tandis que, du fait de l'espace mariage, les Galeries Lafayette réservent une place de choix aux canapés et au mobilier de salle à manger, d'où un panier moyen plus élevé. L'offre produits est aussi déterminée par le trafic en magasin, plus important au BHV qu'aux Galeries Lafayette.

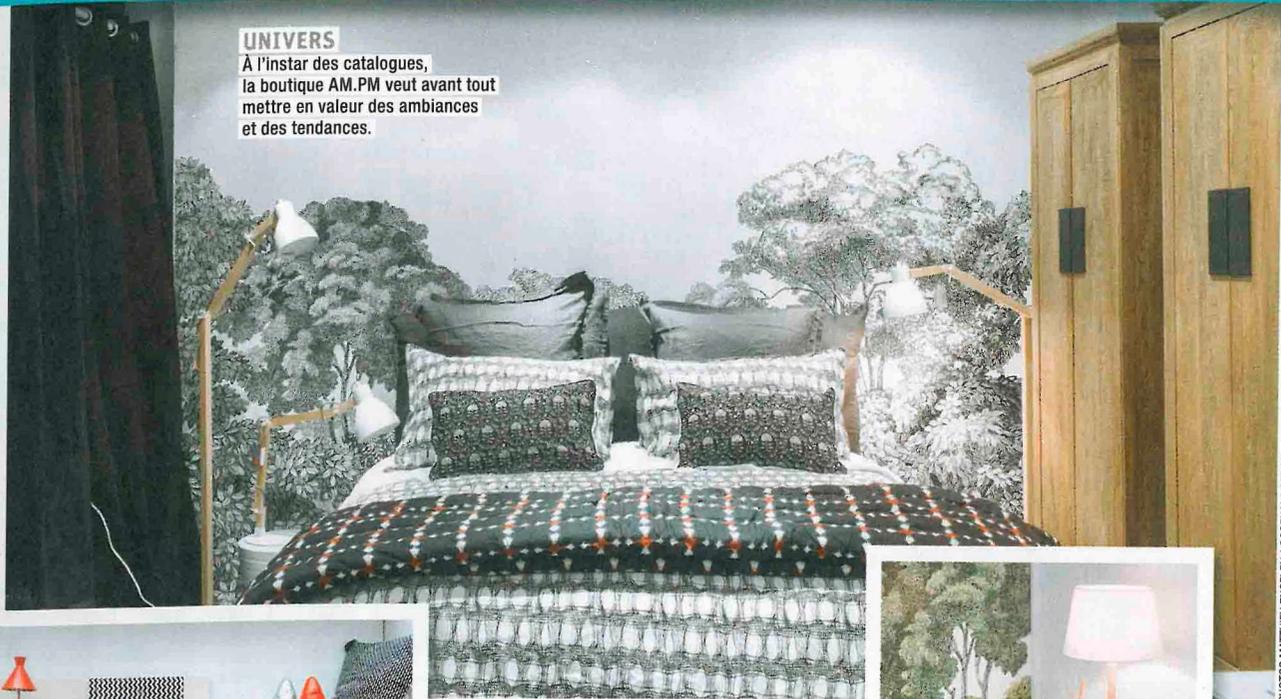
Pour la boutique du Marais, c'est une clientèle haut de gamme, habituée aux commerces premium du quartier, qui est visée, sans oublier la cible familiale: la boutique fait la part belle à la collection enfant, point fort d'AM.PM. «L'offre produits se complète, car le but est de faire venir les clients d'un magasin à un autre», précise Sandrine Guichard. Elle demeure cependant restreinte: seuls 10 à 15 % de la collection sont disponibles au BHV. AM.PM dispose de stocks en magasins pour les accessoires et le linge de maison. Pour le meuble, la marque s'appuie sur le savoir-faire de la maison mère, avec une commande en magasin et une livraison à domicile dans les conditions de vente habituelles proposées par La Redoute, à des prix et à des délais identiques.

La nouvelle boutique sera-t-elle déployée en province? Silence radio chez AM.PM. Côté BHV, on est en tout cas très satisfait: le grand magasin généraliste a d'ores et déjà mis à disposition de la marque un espace supplémentaire de 50 m². ■

AUDE CHARDENON

UNIVERS

À l'instar des catalogues, la boutique AM.PM veut avant tout mettre en valeur des ambiances et des tendances.



PHOTOS MATHIEU ENGELEN-LOSSEV LA REDOUTE



LE DESIGN POUR TOUS

L'offre premium de La Redoute poursuit une voie tracée dès 1997 : démocratiser le design.



STYLE

La boutique a été conçue en interne, avec le concours du styliste François Bernard, collaborateur historique du groupe La Redoute.

PLUS QU'UN CORNER

La boutique n'est pas une imitation des corners. La présence de cloisons permet un agencement et un merchandising plus complets.

NOBLESSE

AM.PM propose une gamme de produits privilégiant les matières nobles et naturelles : marbre, rotin, bambou, chêne ou encore cuir.



EMPORTÉ OU LIVRÉ

Si le magasin dispose d'un stock pour les petits objets, le gros mobilier est livré via le circuit logistique classique de La Redoute.

