

Tester, inciter, former... Tels sont les objectifs du tout nouveau laboratoire-test installé par l'enseigne de jouets au sein même de son siège, à Bordeaux.

JouéClub ouvre un magasin à la fois école et laboratoire d'idées

LES ENJEUX

Moderniser l'identité visuelle de l'enseigne et la signalétique en magasins.

Proposer des idées de théâtralisation et de merchandising aux équipes en points de vente.

Tester en situation réelle l'implantation des produits.

737 m²

La surface du magasin-test de JouéClub

700 à 800 m²

La surface moyenne des magasins JouéClub

347 magasins

623 M€

Le CA de JouéClub en 2015

+ 3,8% versus 2014

Source: JouéClub

Fin avril dernier, JouéClub a inauguré un nouveau magasin. Le 348^e du groupement? Pas tout à fait, car si celui-ci est la réplique presque exacte de la surface d'un magasin «moyen» du réseau (entre 700 et 800 m² quand ce dernier en compte 737), il dispose d'une particularité originale: il n'est pas ouvert au public! Niché au cœur du siège du groupement d'indépendants à Bordeaux, ce magasin-test se veut à la fois école de formation et laboratoire d'idées.

«L'objectif de ce magasin test est de donner des idées de théâtralisation à nos équipes en magasins, former nos vendeurs et tester en situation réelle l'implantation des produits», explique Alain Bourgeois-Muller, président de JouéClub. Un test grandeur nature pour la nouvelle charte graphique de l'enseigne, qui devrait être déclinée dans l'ensemble des 347 magasins du groupement d'ici au démarrage de la saison de Noël. Plus aérée et plus moderne, la nouvelle

signalétique permet de mieux distinguer les différentes catégories de produits, agencées en alcôves. Le groupement inaugure également des frontons lumineux sur ses rayonnages permettant de donner une meilleure visibilité aux marques propres de l'enseigne (13 aujourd'hui) et aux autres marques, qui pourront disposer de corners dédiés. «Il s'agit plutôt d'une évolution de notre concept que d'une révolution. Mais nous voulions mieux mettre en valeur les produits, l'offre du magasin et donner envie à nos clients de revenir», poursuit Alain Bourgeois-Muller.

Des vendeurs bientôt connectés

Pour accroître l'attraction de ses points de vente, le groupement mise aussi sur la technologie, avec l'équipement prochain des équipes de vente de tablettes. «Dès septembre, les magasins seront équipés de plusieurs tablettes qui permettront aux vendeurs d'accéder à des informations sur les produits, les prix, les programmes de fidélité, mais aussi de disposer d'une caisse déportée qui permettra de réduire l'attente aux caisses à Noël», détaille Alain Bourgeois-Muller. JouéClub veut également accélérer sur des leviers plus traditionnels, tels que les démonstrations de produits et les animations en rayons. Une bonne manière, selon le PDG, de «retrouver l'esprit féerique des magasins de jouets de notre enfance». Et un bon mix entre tradition et modernité. ■

VÉRONIQUE YVERNAULT

Les concepts
magasins
sur
lsa.fr



TOUR D'HORIZON

Le magasin s'ouvre sur des étagères basses ouvrant la vue sur le fond du point de vente. Au premier plan, près des caisses, des meubles bleus habillent la file d'attente avec une offre de petits jouets et produits d'impulsion.



MISE EN SCÈNE

L'enseigne mise aussi sur une théâtralisation plus traditionnelle, comme la lettre au Père Noël : un classique toujours apprécié.



EN LUMIÈRE

JouéClub a opté pour des frontons lumineux permettant de rendre plus visibles ses marques propres (ici, celle dédiée aux jouets en bois), mais aussi des grandes marques.



ESCORTE

Une haie d'honneur de clones Star Wars pour inciter les chaland à monter un escalier – souvent problématique – et découvrir l'offre à l'étage..



AU SEIN DU SIÈGE

Le magasin-test se niche au sein même du siège social de JouéClub, à Bordeaux.



SÉCURISÉ

Simple et efficace, un bandeau rouge amovible et aimanté permet de clôturer la tête de gondole. Plus de chute de produits.