



# AMÉLIOREZ L'ESPACE EN COMMENÇANT PAR LE SOL

**Un nouveau sol de magasin**  
en une nuit



**Le secteur du détail – là où se vend littéralement la mode – doit suivre son temps plus que tout autre. Un nouvel intérieur est non seulement nécessaire tous les X années, mais semble également porter ses fruits en contribuant à augmenter considérablement le chiffre d'affaire. En revanche, les travaux ne doivent pas s'éterniser parce qu'une porte close coûte de l'argent et n'en rapporte pas. Avec ce livre blanc, Forbo Flooring entend vous présenter les différents revêtements de sol destinés à une rénovation rapide. Cet article attire par ailleurs votre attention sur les aspects techniques du sol lors de ces travaux. Nous aborderons ensuite plusieurs tendances importantes dans le secteur du détail lorsque l'on envisage une rénovation.**

The Society Shop, Oxfam Magasins du Monde et Hans Anders. Trois chaînes de magasins prises au hasard qui prétendent toutes avoir vu leur chiffre d'affaires augmenter après les travaux. The Society Shop – qui se trouve en pleine transformation de grande ampleur – affirme que le chiffre d'affaires des magasins déjà rénovés a augmenté de 20 à 30% par rapport aux 'vieux' magasins. Oxfam Magasins du Monde a mesuré une augmentation des ventes entre 50 et 80% après chaque rénovation et Remco Boerefijn, directeur général de Hans Anders Nederland, annonce qu'un restylage approfondi contribuera à une hausse de ses ventes d'ici quelques mois.

## **UN NOUVEAU MAGASIN EN 24 HEURES**

### **FAIT**

Les clients sont plus enclins à acheter dans un nouvel espace.

## POINTS D'ATTENTION ET TENDANCES

### FAIT

La rapidité de pose du revêtement de sol est cruciale pour les détaillants.

Une transformation s'avère donc judicieuse, mais à quoi un détaillant doit-il faire attention lorsqu'il adapte son intérieur ou le transforme de fond en comble ? Quels sont les aspects critiques et les tendances ? Le premier point à respecter déjà épinglé ci-dessus, c'est la rapidité. Plus les travaux vont vite, plus le magasin ouvrira tôt et moins le propriétaire souffrira de pertes de revenus. En outre, de longues transformations nuisent à la relation avec la clientèle. Faites donc exécuter la rénovation par des parties fiables qui vous permettront aussi d'être prêt rapidement.

Optez pour la lumière naturelle. Des études ont montré que le chiffre d'affaires augmentait avec la lumière naturelle parce que les gens se sentaient mieux, plus libres et moins enfermés et restaient donc plus longtemps dans le magasin.

Optez ensuite, si c'est possible, pour la réciprocité asynchrone lors de l'aménagement et dans votre concept : donnez d'abord et recevez plus tard. Une approche tout à fait nouvelle pour de nombreux 'anciens' commerçants et détaillants (avant l'ère Internet) qui étaient habitués à ce que les clients entrent d'eux-mêmes. Univé en est un bel exemple. L'an dernier, l'assureur ouvrit un club-house éphémère à La Haye. Un lieu agréable en



forme de séjour où l'on sert un bon café et où les membres du club peuvent également se rendre pour passer un check-up médical, un test de la peau ou un contrôle du cholestérol. Sans rien payer.

# FAIRE LA DIFFÉRENCE ET SURPRENDRE

## FAIT

Le magasin se voit doté d'une nouvelle fonction étant donné que les clients s'orientent principalement en ligne.

Distinguez-vous et surprenez ! Un détaillant doit se distinguer pour attirer les clients. Un intérieur neuf y participe assurément. Créez une expérience, un environnement où le client reviendra avec plaisir. Le détaillant doit apporter plus que jamais une vraie plus-value. Pensez à la concurrence d'Internet à ce sujet (les briques face aux clics). Face à cette concurrence, les magasins se doivent d'avoir une autre fonction. L'orientation d'un achat se fait d'abord en ligne. Dans l'intervalle, le magasin physique se transforme en un service et un lieu de rencontre où l'expérience est au premier plan. L'espace de détail devient aussi de plus en plus souvent un lieu de découverte. Non seulement le consommateur peut y trouver l'inattendu, mais il peut également développer cette trouvaille dans un contexte attrayant. Les gens ont besoin d'une raison pour se rendre physiquement au magasin et s'abandonner à leur instinct de chasseur-cueilleur en découvrant l'espace. A cet égard, la prévisibilité est la pire des choses qu'il convient d'éviter à tout prix.

## Blurring

Le blurring est un autre phénomène qui consiste en l'effacement des frontières entre secteurs : un magasin qui abrite également



une cafétéria par exemple ou plusieurs petits concepts de détail qui louent et remplissent un espace ensemble. House of Men en est un bel exemple. Ce mini-entrepôt d'Amsterdam vend des vêtements pour hommes, mais possède également un billard et une boutique de barbier dans le magasin. Tout pour améliorer l'expérience du visiteur. Le blurring contribue à son tour à ce que le zonage – comment montrer visuellement (avec des éléments d'intérieur) qui se trouve où dans le magasin – gagne en importance.



## POSE DE REVÊTEMENTS RAPIDE

**FAIT** Marmoleum Click et Allura Flex sont réputés pour leur pose rapide.

Mais revenons-en au premier point à respecter, la vitesse. Quels sols conviennent à une transformation rapide ? Les dalles en linoléum (la variante durable) comme les lés et dalles de vinyle conviennent parfaitement. Forbo Flooring fournit par exemple du Marmoleum Click, un système de sol facile et rapide à placer. L'avantage du Marmoleum Click réside dans le fait qu'il peut même être installé sur un support qui n'est pas tout à fait lisse et égale. L'inconvénient, ce sont les bruits de pas, supérieurs à ceux d'un sol collé directement sur la chape (mais inférieurs au

stratifié ou au bois). La collection présente par ailleurs des avantages en termes de design. Il existe des dalles dans trois dimensions, de nombreux coloris et même des motifs avec gravure (relief, maillage), comme par exemple une planche avec un joli motif de bois. Les dalles peuvent être clipsées entre elles sans problème grâce au système de verrouillage 5G breveté. Ce système et une épaisseur de dalle de pas moins de 9,8 mm rendent le Marmoleum Click hyper résistant et confère au produit une très longue durée de vie.

## Vinyle

Vous pouvez également opter pour le vinyle (appelé PVC aussi). Forbo fournit l'Allura Flex. Il s'agit de dalles et de lames à pose plombante dotées d'un aspect très naturel (décor bois ou pierre par exemple). Flex se décline en deux qualités différentes, à savoir une couche d'usure de 0,55 mm d'épaisseur ou une couche d'usure de 1,0 mm. Le plus grand avantage de Flex par rapport aux lames PVC normales réside dans l'installation qui recourt à un adhésif. Cela permet d'ôter aisément le plancher, de remplacer rapidement les lames endommagées et de mettre en œuvre le sol immédiatement. Pour le secteur du détail, c'est non seulement un gage de rapidité, mais aussi une transformation sans devoir vider les lieux. Vous réalisez d'abord la première moitié du magasin, déplacez ensuite les meubles et attaquez l'autre moitié. La condition, c'est que le support soit plat. Si vous devez d'abord égaliser, il faudra un peu plus de temps.

Si nous comparons Allura Flex au Marmoleum Click, Flex présente un meilleur bilan acoustique. L'inconvénient du Flex par rapport au Click : le sous-plancher doit être plus plat.





## AUTRES POINTS D'ATTENTION LORS DE L'ACQUISITION D'UN REVÊTEMENT DE SOL

---

**FAIT** Outre la rapidité de la pose, l'aspect acoustique, l'expérience et l'entretien sont trois facteurs importants dont tiennent compte les commerçants lors de l'achat d'un revêtement de sol.

### Acoustique

Que faut-il prendre en compte en plus lorsque l'on achète un plancher ? Une isolation acoustique, comme précisé ci-dessus, est importante car vos clients viennent se détendre et vous ne voudriez pas les contrarier. Un sol en bois est par exemple plus joli, mais génère plus de bruit lorsque l'on marche avec des talons. Le béton aussi renvoie les bruits. Mais faut-il placer du tapis partout ? Il est certes plus pénible à nettoyer, mais a un effet phonique incomparable. Vous préférez plutôt un sol non flottant pour éviter les bruits de pas ? Avec un sol en vinyle, vous pouvez reproduire un décor bois ou pierre sans avoir la gêne du bruit de pas. Il en va de même pour le linoléum avec motif béton, qui ressemble à s'y méprendre à un sol coulé.

### La première impression

Les clients d'un magasin n'ont généralement pas l'habitude de se frotter les pieds lorsqu'ils entrent ; par conséquent, si vous n'avez pas un bon paillason à l'entrée, votre magasin sera vite sale. Le premier conseil consiste donc à installer un bon paillason à l'entrée et – si possible – juste à l'extérieur. Si vous n'avez qu'un espace limité pour un tapis d'entrée, choisissez dans ce cas un tapis vraiment efficace contre la saleté et l'humidité, par exemple le Coral Duo. Ce tapis est spécifiquement conçu pour absorber un maximum l'humidité et retenir la saleté en seulement deux pas. Le sol de votre magasin restera plus sec et plus propre et vous ne passerez pas votre temps à aspirer et à passer la serpillière.

## ENTRETIEN

**FAIT** 86 % des coûts liés à la durée de vie d'un sol sont des frais d'entretien.

De plus, de nombreux propriétaires de magasin veulent un sol facile à entretenir, comme un sol plat en linoléum ou en vinyle/PVC. Vous aimez l'aura du tapis, mais détestez la corvée nettoyage ? Optez dans ce cas pour un produit hybride comme Flotex. Grâce au dos en PVC et les fibres en nylon, vous pouvez nettoyer le tapis car la saleté et l'humidité sont repoussées. Vous profitez ainsi d'un sol doux à l'aura exceptionnelle, mais ne devez pas recourir à des méthodes d'injection/extraction coûteuses pour le nettoyage.

Comme décrit précédemment, les détaillants ont tout intérêt à se distinguer des autres magasins et boutiques en ligne en créer une expérience. Le sol vous offre une foule de possibilités. Pensez par exemple au sol à impression numérique frappé du graphisme ou de l'œuvre d'art de votre choix. Mais les sols normaux tels que Marmoleum, Eternal ou Allura autorisent de nombreuses possibilités. C&A a notamment retenu une dalle spéciale corporate de qualité Allura. La dalle est spécialement conçue pour ce client et est également disponible exclusivement pour C&A. Mais vous pouvez également vous distinguer avec un sol collection 'ordinaire'. L'ANWB utilise par exemple le décor béton du Marmoleum et y a apposé de manière intelligente des flèches de direction 'semblables au trafic'. Tout est également possible près de



l'entrée. Votre logo, un autre graphisme élégant ou un texte unique dans un tapis d'entrée Coral par exemple.

Par ailleurs, le sol est un instrument de zonage parfait de plus en plus essentiel face à la tendance du blurring. Songez à l'utilisation de plusieurs coloris et dessins d'une seule sorte de sol, mais aussi à la combinaison de différents sols tels que le linoléum, le tapis, le bois, la pierre et le vinyle. La différence entre la partie boutique et horeca devient immédiatement claire, à l'instar du routage et des caisses. Le sol vous permet de marquer votre différence et d'identifier clairement votre magasin (ou comme certains le veulent parfois : confus sciemment).



## DURABILITÉ

### FAIT

Grâce aux mesures prises en matière de durabilité, les commerçants peuvent améliorer l'expérience de leurs clients, les prestations de leurs collaborateurs et leurs performances économiques.

C'est la conclusion du rapport 'Health, Well-being and Productivity in Retail: The Impact of Green Buildings on People and Profit' du World Green Building Council. Le rapport donne aux détaillants des astuces pour créer un magasin plus durable et plus sain. Les chercheurs ont mis au point un cadre conceptuel permettant aux détaillants de s'y mettre. Ce Retail Metrics Framework se divise en trois composantes. L'environnement d'abord. Des thèmes comme l'éclairage, la qualité de l'air et l'acoustique sont abordés. Ensuite, l'expérience du client et des collabo-

rateurs est prise en compte. Et enfin, le cadre théorique traite des performances économiques que l'on peut réaliser par des mesures de durabilité. Il est ainsi possible d'augmenter la productivité des employés tout en abaissant l'absentéisme pour maladie. Selon les observations, les clients achètent plus et séjournent plus longtemps dans un magasin durable. La fidélité augmente également. Outre ce cadre conceptuel, les chercheurs indiquent quelles sont les étapes suivantes pour rendre les centres commerciaux plus durables.

**Forbo Flooring**

't Hofveld 4  
1702 Groot-Bijgaarden  
T 02 464 10 10  
F 02 464 10 11  
info.belgium@forbo.com  
www.forbo-flooring.be

Suivez-nous sur :

