

SHOWROOM

À Avignon, Carrelage et Bain revisite les concepts expo

Ouverte fin 2024 et « déjà un franc succès » ! À la tête du groupement Carrelage et Bain, Vincent Rappaport ne tarit pas d'éloges en évoquant la nouvelle salle d'exposition créée par l'adhérent Carrélia dans la Cité des Papes. Il faut dire que dans son écrin flamboyant neuf, ce membre – l'un des trois fondateurs du réseau en 2014 – a tout repensé. Avec ses équipes, Marie-René Lagarde, Dg de Carrélia, a joué la carte de l'inspiration dans ce showroom "nouvelle génération". L'enseigne qui rayonne sur une partie du Sud-Est, y a conçu un savant mélange entre magasin physique, digitalisation et relation client dans une agglomération où la concurrence est plutôt vive dans cet univers. Cela avec la volonté de « se démarquer en valorisant à 200 % la relation humaine dans le showroom, mais pas que... », confie Vincent Rappaport qui pilote Cardev, la centrale de Carrelage et Bain. Sur le plan environnemental, tout d'abord, le site de 750 m² est labellisé "Bâtiment Durable Méditerranéen", un label lancé en 2009 par la région Paca avec



Avec sa baseline "Créateur d'ambiances", Carrélia veut donner l'envie de suivre tout le parcours client optimisé dès l'entrée du showroom.

l'association EnvirobatBDM. Carrélia a placé assez haut le curseur : bardage bois en façade, GTB, bornes de recharge sur le parking entre autres. Quant au showroom de plus de 300 m², le lieu a été optimisé. « L'ère des grandes salles expo-

sant 80 % de l'offre référencée est passée de mode. Carrélia a préféré capitaliser sur un format optimisé et "humanisé" pour valoriser les collections », souligne Vincent Rappaport.

Du digital... humain

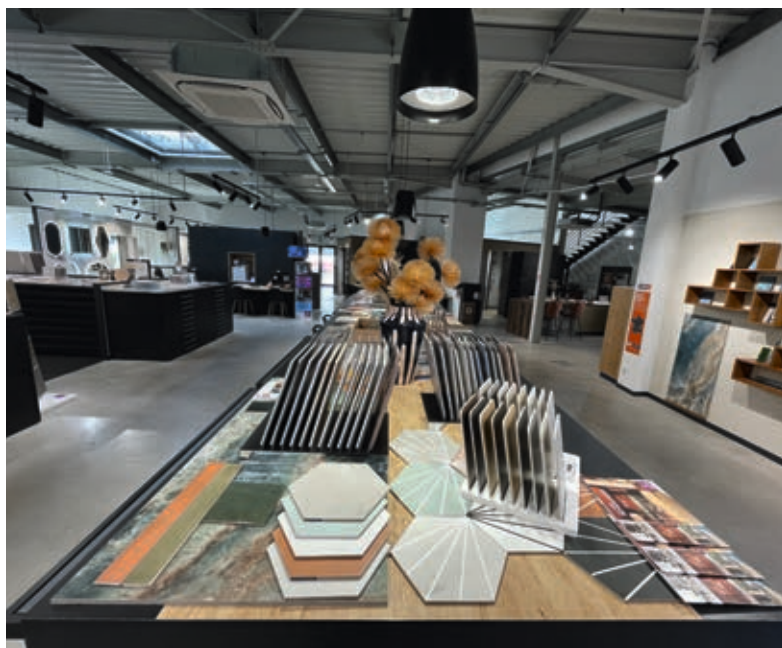
Dès l'entrée, une vision du magasin à 360° s'offre aux clients. « Le mobilier a été volontairement choisi en version basse pour apporter au point de vente profondeur et perspective, et inciter le "visiteur" à projet à suivre le parcours client pas à pas », argumente le dirigeant. Autre intérêt : artisans, prescripteurs et particuliers voient et trouvent immédiatement l'un des deux conseillers-vendeurs. Le cas échéant, un affichage dynamique aux contenus souvent réactualisés (conseils déco, témoignages clients, reportages chantiers) leur permet de patienter quelques instants ; le temps qu'un conseiller se libère pour s'approprier le projet.

Si Cardev gère plus de 500 000 références, le maga-

sin n'expose qu'« une sélection dans l'air du temps avec certains produits emblématiques tels que les formats XXL ». Raison aussi pour laquelle, au fil des 14 box d'ambiance, des moodboards (planches d'inspiration) s'affichent au mur. Et pour « ne pas casser le lien tissé avec le client », des QR-codes disséminés un peu partout, mais volontairement verrouillés, permettent aux vendeurs de montrer sur leur tablette le champ des possibles pour concevoir les projets.

Bilan dix mois après l'ouverture ? « Le trafic monte en flèche, y compris auprès des prescripteurs grâce au bouche-à-oreille », se félicite Vincent Rappaport. D'ailleurs, le showroom qui a candidaté aux ZeAwards par Bâtiment 2025 organisés par Zepros (lire aussi p. 6-8), a accueilli les adhérents en avril. « Avec un effet "waouh" qui permet aux confrères de Carrélia de s'en inspirer lors de relooking ou de créations de magasins, note-t-il. Ce n'est pas un concept gravé dans le marbre, mais un levier pour rendre nos showrooms toujours plus pertinents dans un contexte de marché tendu. » ●

S. Vigliandi



Sur de larges tables au design sobre, de multiples moodboards permettent d'orienter le client dans sa sélection produits : format, matière, effets, budget...

Repères

Carrélia

- Création en 1998
- 11 showrooms dans la Drôme (siège social à Valence), Ardèche, Isère et Vaucluse
- 18 commerciaux

Cardev (centrale de Carrelage et Bain)

- 46 M€ HT de CA 2024
- 31 adhérents (20 fin 2019)
- 53 salles d'exposition
- 280 salariés



Outre les 14 box, des meubles adjacents exposent d'autres tendances déco et compléments d'offre. Un soin particulier est porté à l'accessoirisation (mobilier, linge de toilette, miroirs...) pour aider le client à se projeter.



Des QR-codes permettent aux conseillers-vendeurs de consulter avec le client les catalogues au format PDF.



Des bureaux d'accueil préservent l'intimité de chaque projet client. Pour lever les doutes, l'outil 3D baptisé Project'Experience permet de transformer la visite en commande.

WE
BREATHE
FASTENERS®



Occupez vous
de vendre
on s'occupe
du reste !

Votre partenaire pour **toutes** les fixations !

Fixations. Des petites vis aux boulons de construction normalisés européens. Des chevilles en nylon aux ancrages testés sismiquement. Ce sont les connexions visibles ou invisibles qui assurent la cohésion des projets de construction. Ce sont des liens indispensables.

Pour pgb-Europe, notre objectif quotidien est de fournir à nos clients des produits de qualité et un service approprié. Depuis plus de 60 ans, nous sommes fournisseur et fabricant renommé d'éléments de fixations.

C'est dans nos gènes depuis 3 générations.



Scannez-moi
pour plus
d'informations !

—france
pgb