



## Qu'est-ce qu'une bonne signalétique pour les magasins ?

**Ne pas avoir une courte vue est essentiel pour la pérennité de ses affaires. Pour les commerces, il est aussi essentiel d'être vus et bien vus de loin pour favoriser leur prospérité. Cela se révèle même souvent crucial pour les magasins de cuisine, souvent confrontés à une concurrence active et plurielle sur leur zone de chalandise, parfois très proche dans le cas des zones commerciales périurbaines. Hervé Defossez, gérant de l'agence Signarama à Annecy, donne quelques conseils pour se distinguer.**

**Culture Cuisine :** Pouvez-vous présenter la société Signarama et son activité ?

Hervé Defossez : « Signarama est le leader mondial de l'industrie de la communication visuelle avec plus de 800 points de vente à travers le monde dont 50 en France. L'agence d'Annecy existe depuis vingt ans et je peux suivre les projets partout en France métropolitaine et dans les Dom-Tom grâce au réseau de la franchise. Le concept regroupe en un seul lieu l'accès à tous les outils de communication que toute entreprise utilise chaque jour pour communiquer dans sa proximité. Nos clients sont commerçants, artisans, PME/PMI, réseaux de franchise ainsi que les administrations et les collectivités. Nous réalisons pour eux des produits sur mesure qui vont de la création du logo à toutes ses déclinaisons. Les produits conçus sont très variés : publicité adhésive sur vitrine ou véhicule, enseignes lumineuses à leds, P.L.V, banderoles, totems, oriflammes, tapis, etc.



**Culture Cuisine : Qu'est-ce qui définit une bonne signalétique en magasin, en extérieur et à l'intérieur ?**

Hervé Defossez : *La bonne signalétique permet d'être vu et reconnu de ses clients, mais aussi d'en attirer de nouveaux. Notre mission est ainsi d'aider les entreprises à améliorer leur visibilité.*

**Culture Cuisine : Y a-t-il eu des progrès notables réalisés en matière de signalétique pour les commerces ?**

Hervé Defossez : *Des progrès ont été faits avec les avènements successifs de l'impression numérique grand format, du digital et des nombreux supports imprimables qui ont considérablement élargi les possibilités de communication.*



**Culture Cuisine : Estimez-vous qu'en général les commerces ont des progrès à faire dans ce domaine ?**

Hervé Defossez : *Ils ont de nombreux progrès à réaliser en matière de signalétique, car ils ont trop souvent focalisés sur leurs produits et oublient la signalétique que ce soit l'I.L.V. ou la P.L.V. qui permet aux clients de mieux comprendre et de trouver rapidement les offres et produits recherchés.*

**Culture Cuisine : La signalétique des magasins de cuisines équipées doit-elle répondre à des besoins et des contraintes spécifiques, notamment en raison d'une part de la concurrence importante sur les zones commerciales (pour la signalétique extérieure) et d'autre part de la taille importante des modèles exposés, du parcours client et des différentes zones d'activité (accueil, expositions, bureaux) ?**

Hervé Defossez : *La signalétique extérieure des points de vente de cuisines équipées est primordiale, car même si vous avez le plus beau magasin mais qu'on ne le voit pas, les clients ne franchiront jamais le seuil pour découvrir votre offre de produits et de prestations.*

*Outre l'enseigne lumineuse et le totem complémentaire, les oriflammes sont également de bons compléments à la*

*signalétique externe, ainsi que la décoration de vitrine et le silhouettage du bâtiment par un trait de néon/leds.*

*Pour l'intérieur, les zones doivent être bien identifiées entre l'accueil, les bureaux où se tiennent les devis et rendez-vous (un film dépoli imprimable offrant plus de confidentialité) et les zones d'exposition peuvent recevoir des lettres et logos en relief ou en volume polystyrène, une théâtralisation, de la tapisserie murale personnalisée, des cadres muraux avec visuels interchangeables lumineux ou non, un marquage au sol adhésif ou des tapis imprimés, etc.*

**Culture Cuisine : Enfin, de manière générale, quelle sera selon vous l'évolution de la signalétique des commerces dans les prochaines années ?**

Hervé Defossez : *L'évolution se fera avec plus d'écrans digitaux et avec de nouvelles matières, relief, vernis, diffusion de parfums, etc. L'intelligence artificielle apportera aussi des surprises. »*

**Propos recueillis par J.B**

**Visuels :**

En haut : magasin Ambiance & Styles (Voglans, Savoie).

En bas : magasin Ambiance intérieure (Gex, Ain)