

LA VITRINE DU MOIS



Morgane Cordillot, étalagiste basée à Paris, a créé à moindre coût une vitrine de Noël pour une boutique de maroquinerie. Elle nous livre ses astuces et conseils

Un Noël version cabaret chic

Imaginer une vitrine de Noël dans l'esprit d'un cabaret chic pour un budget de 70 euros avec pour principaux accessoires des sacs à main. Voilà la mission de Morgane Cordillot, dirigeante de Tendance déco by M&O. Pour recréer la magie des fêtes de fin d'année, elle a utilisé différents ustensiles : du velours et un sapin de plumes bleues, une canne et un chapeau de cabaret, des étoiles adhésives, des anneaux gris pour suspendre les accessoires, des supports transparents en plexiglas ainsi que des plumes blanches pour créer un effet de neige au sol. « Il est facile pour un commerçant indépendant de se procurer l'ensemble de ces éléments et de reproduire cette devanture dans différents secteurs d'activité, comme la chaussure ou l'habillement, explique l'étalagiste parisienne. Il suffit, par exemple, de disposer un mannequin central et deux autres assis à ses côtés. »

Pour un impact commercial maximal, la répartition des produits doit respecter la règle du triangle d'efficacité (voir schéma ci-contre). Deux zones vides, à gauche et à droite du triangle, contribuent à concentrer l'attention du client au centre de la vitrine. Morgane Cordillot préconise également, une fois la décoration de la vitrine achevée, d'orienter les spots sur les produits afin de bien les mettre en valeur. Enfin, la couleur doit être en harmonie avec les éléments présentés car elle participe à la mise en scène de la vitrine et peut, par ailleurs, déclencher l'acte d'achat. ■ MALLORY LALANNE

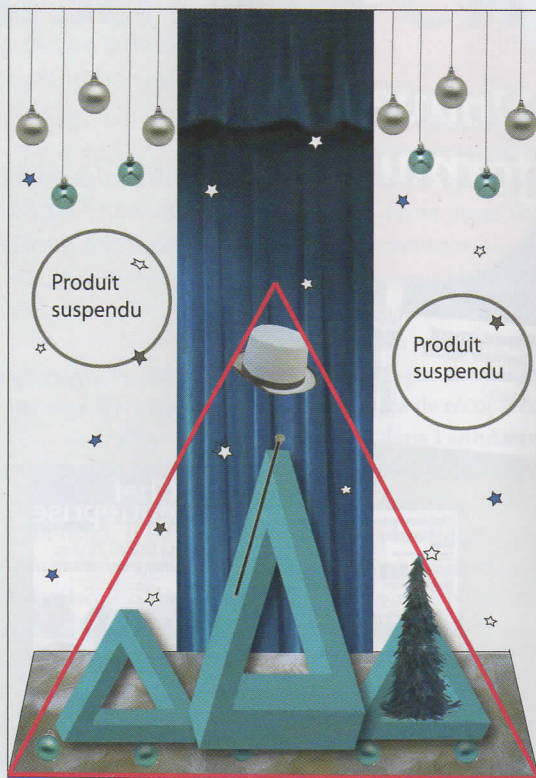


Schéma d'une vitrine reproduisant la règle du triangle d'efficacité

La répartition des produits doit respecter deux zones vides, à gauche et à droite du triangle. Cela contribue à concentrer l'attention du client au centre de la vitrine.



Mise en application et la réalisation de la vitrine pour une boutique de maroquinerie

Orienter les spots sur les produits permet de bien les mettre en valeur. La couleur choisie doit enfin être en harmonie avec les éléments présentés.



PARCOURS

Morgane Cordillot, dirigeante de Tendance déco by M&O

Après avoir suivi, de 2005 à 2007, une formation de décorateur étalagiste merchandiseur à Négocia (Paris), Morgane Cordillot intègre, en 2008, un groupement d'entrepreneurs pendant un an et demi pour accompagner et tester la viabilité de son projet.

En 2010, elle crée Tendance déco by M&O, une société spécialiste en aménagement commercial (étalagisme, décoration, merchandising) installée à Paris. Elle travaille depuis avec de nombreux commerçants indépendants et franchisés.

> Rens. : www.m-et-o.com