

Déco de fin d'année : une

Les premières gelées ne sont pas encore arrivées qu'il faut penser à ses décorations pour les fêtes de fin d'année, si ce n'est pas déjà fait ! C'est l'un des moments les plus forts de l'année en terme de chiffre d'affaires et il doit être préparé très sérieusement en amont.

Une vitrine, particulièrement durant la période de Noël, doit avant tout raconter une histoire et faire rêver le client.

Le choix des couleurs dominantes, trois au maximum, va largement déterminer l'ambiance générale et sera effectué en fonction des produits exposés. Le noir et le blanc seront tout indiqués alors que le jaune, synonyme de soleil et d'été, est à éviter.

Tendance...

Largement visibles cette année au salon international de décoration Tendance de Francfort, les trois tendances actuelles pour les fêtes de fin d'année tournent autour des produits naturels avec beaucoup de bois clair (frêne, pin massif, chêne ou bouleau), créant une ambiance authentique toute scandinave. Morgane Cordillot, décoratrice-étalagiste-merchandiser, pense que « *malheureusement, cette tendance déco n'est pas forcément très facile à décliner pour les métiers de bouche, mais on peut s'en inspirer, notamment dans les supports utilisés et l'ameublement de la vitrine* ».

La deuxième tendance est le blanc, l'ambiance « polaire » neigeuse, nordique encore une fois, très « Noël fabuleux ». Morgane Cordillot ajoute : « *Je crois personnellement que cela fonctionne très bien pour les vitrines de boutiques comme celles des charcutiers-traiteurs. La couleur blanche renforce*

l'impression de propre et met particulièrement bien en valeur les produits. » Le blanc peut être associé à de l'argent, à un bleu turquoise, pour donner une impression hivernale plus poétique, sans oublier quelques paillettes, objets nacrés, brillants voire transparents. Dans ce cadre, des guirlandes lumineuses viennent réchauffer l'ambiance générale par des couleurs chaudes et attirent l'œil du client. Enfin, la dernière tendance cette année est la « forêt enchantée et le conte de fées », parée de couleurs inhabituelles, orange, rose, turquoise ou mauve. Dans cette ligne, le thème du cirque, de la fête foraine, des bonbons est aussi très fort.

... ou traditionnel ?

Il faut bien sûr adapter la décoration à sa clientèle. Pour Paris et les grandes villes, on pourra très bien se distinguer en suivant les nouvelles tendances déco. Pour les plus petites villes en revanche, il est bon de ne pas heurter les habitudes et de rester plutôt dans la tradition. Le sapin de Noël, les guirlandes, le Père Noël restent de grands clas-

Le sapin de Noël, les guirlandes, le Père Noël restent de grands classiques.

siques qu'il ne faut pas forcément abandonner tout en sachant trouver de nouvelles pistes pour surprendre le client potentiel. Pour Claudine Blanckaert, conseil merchandising près d'Auxerre, « *les tendances sont un faux problème car elles sont valables pour tout le monde, et*



Quelques idées de décorations simples à réaliser soi-même.



moisson de bonnes idées

suivre une tendance se résume finalement à ne pas se différencier de son voisin ! Pour moi, la tendance est avant tout celle du magasin, de la personnalité du commerçant et de ce qu'il souhaite mettre en avant en suivant ses moyens ou ses envies du moment. » En restant traditionnel avec des couleurs dominantes dans le rouge et vert, or ou argent et pourquoi pas le noir, on peut proposer une mise en place en vitrine d'un buffet bien garni mettant en valeur l'opulence et la fête, tout en restant sobre. La destination des produits de fin d'année étant la table, les charcutiers-traiteurs devront mettre en avant celle-ci, les couverts et le nappage. « Je pense qu'il s'agit de montrer avant tout au client la qualité des produits, l'élégance et le côté chic ou festif des produits de fin d'année. »

Quelques pistes à suivre...

- **À Rungis**, le secteur de la décoration est très bien fourni : il comprend 30 000 m² de surface de vente et 80 000 articles pour créer des décors.
www.rungisinternational.com
- **Le catalogue en ligne** de ComingB, une entreprise de décoration basée elle aussi à Rungis.
www.comingb.fr
- **Les magazines féminins** dont *Elle déco* sont aussi des sources précieuses.
- **N'hésitez pas à vous faire aider par des professionnels de l'étalement et des vitrines.** Quelques conseils suffisent parfois à révéler le décorateur qui sommeille en vous !

Morgane Cordillot
Tendances déco by M&O
www.m-et-o.com

Claudine Blanckaert
<http://vitrines.agencement.free.fr>



Noël fait encore rêver, il faut des lumières, de la couleur...

De nouvelles habitudes

L'enfant n'est plus la seule cible à privilégier durant les fêtes de Noël. Les adultes ont de plus en plus besoin de rêver. Au moment de Noël, ces derniers se transforment en grands enfants, ce qui explique sans doute les changements opérés ces dernières années en matière de décoration de vitrines ; c'est plus sexy, plus porté vers l'univers du luxe, des bijoux, des paillettes et de la fête en règle générale. Les grandes enseignes l'ont

d'ailleurs bien compris : pour déculpabiliser l'acte d'achat, il faut faire rêver, sans oublier que ce ne sont pas les enfants qui tiennent les cordons de la bourse... Cela se vérifie dans les vitrines de fin d'année des grands magasins : une vitrine sur deux est consacrée aux adultes... Les stickers sont aussi toujours d'actualité. Ils ont plus ou moins remplacé les peintures éphémères des vitrines de fête, sont plus graphiques et efficaces, et surtout plus actuels. ●