

janvier 2016

Infini Legno

[Accueil](#) / [BATIDISTRIBUTION](#) / [Distribution](#) / [Indépendants](#)

Infini Legno s'installe à Paris

Après la création d'un premier magasin en 2011 à Maisons Alfort, Infini Legno a ouvert son deuxième établissement le 28 juillet dernier dans le quinzième arrondissement de Paris. Sur une surface de 180 m², il couvre les principaux domaines de l'aménagement intérieur avec une politique de marques exclusives par grands secteurs.



Créé en 2011 à Maisons Alfort par Julie

Foulon, le négoce spécialisé dans l'aménagement et la décoration d'intérieure Infini Legno a dès le début de son activité axé son développement sur le savoir-faire et le conseil prodigués aux professionnels et aux particuliers, sur des prestations de pose de haut niveau et sur un partenariat étroit établi avec des marques de renom traitées de façon exclusive.

Ainsi, l'entreprise expose et distribue les marques Quick Step pour les revêtements en stratifié, en parquet contrecollé et en vinyle, Little Greene pour la peinture décorative, Sogal pour les aménagements de placard, Rozière pour les portes d'intérieur, Maestro pour les lambris ainsi que Bandalux pour les stores.

Rentrer sur le marché parisien

En périphérie parisienne, le premier Infini Legno de Maisons Alfort fonctionne très bien mais a du mal à séduire la clientèle parisienne du fait de son implantation, même si la ville est desservie par le métro.

La décision logique pour développer l'entreprise était donc d'investir dans un nouveau point de vente pour entrer d'une façon plus vigoureuse sur le marché de la capitale. Au final, après quatre mois de travaux, le deuxième Infini Legno a ouvert le 28 juillet dernier au 216 ter rue de la Croix-Nivert, à quelques 500 mètres de la porte de Versailles. Celui-ci est ouvert du mardi au samedi et accueille des clients professionnels et particuliers à qui sont proposés la fourniture avec ou sans pose des différentes gammes exposées.

Prospection auprès des professionnels

Infini Legno est ouvert aux particuliers comme aux professionnels. Les clients particuliers peuvent se présenter fortuitement, le quartier étant connu pour ses offres en décoration et attirant de

nombreux clients potentiels – de plus, la rue est très passante. Ils peuvent être séduits par le bouche-à-oreille ou par les flyers promotionnels distribués tout au long de l'année.

Concernant les professionnels de la décoration d'intérieur et du bâtiment, provenant de Paris et ses alentours, « notre but, précise Julie Foulon, est de les amener à travailler régulièrement avec notre entreprise qui possède des équipes de conseil et de pose expérimentées et dispose des gammes complètes de ses partenaires industriels ». Ces clients peuvent notamment prendre rendez-vous dans le showroom d'Infini Legno pour approfondir leurs projets.

La promotion de l'entreprise passe également par la participation à des salons professionnels.

FB

Concept Store Quick Step



La société Infini Legno est référencée parmi

les Diamond Store de la marque Quick-Step, qualification qui la soumet à des obligations strictes : proposer toute la gamme Quick Step ; ne proposer aucune marque concurrente ; programmer des actions de communication sur la marque ; disposer d'une équipe de pose certifiée ; disposer d'un accueil premium pour la clientèle avec présentoirs, mises en situation et espace conseil convivial.

Infini Legno remplit totalement cette charte et accorde plus de 40 m² de surface à l'exposition des produits Quick-Step, si l'on fait abstraction du sol du showroom entièrement revêtu d'un stratifié de la marque. Cet espace comporte dix présentoirs de seize tiroirs, un pour les vinyles, cinq pour les stratifiés et quatre pour les parquets, qui obéissent à la dernière charte de la société belge. Ces mobiliers permettent de présenter l'ensemble de la gamme du fabricant, sachant que pour d'autres distributeurs, cette exposition peut être modulée en fonction du nombre de références commercialisées.

Tout ce mobilier est installé par une société de service mandatée par Quick-Step qui livre également tous les panneaux exposés sur les étagères et prend en charge la maintenance régulière de l'espace, tâche qui va de la mise en place des nouvelles documentations jusqu'à la vérification des éclairages. Avec ce recours à des merchandisers extérieurs, Quick-Step assure une homogénéité totale de ses showrooms dans les points de distribution avec de plus une très forte réactivité puisque les 700 revendeurs de la marque peuvent être mis à jour en seulement trois semaines, lors d'un élargissement ou d'une modification de gamme par exemple – les nouveaux panneaux sont préparés en amont sur des plates-formes.

Les mobiliers de présentation, désormais de couleur blanche pour être plus contemporains et éclairés par une lumière plongeante, font 120 cm de large afin de pouvoir mixer les présentations

le cas échéant, avec une lame de 120 cm de long ou deux lames de 60 cm voire trois lames de 40 cm. Pour ce type de produit, la présentation en grande longueur est toutefois la plus appropriée afin que les acheteurs potentiels aient une bonne vision de l'aspect du revêtement une fois installé. C'est notamment le cas pour les parquets contrecollés où le client doit bien discerner les caractéristiques de chaque décor (teinte, fils, nœuds...).

En termes d'implantation, le présentoir Lyvin est ici indépendant et expose les 20 finitions de la marque, finitions dont le nombre passera à 58 en mars prochain. Concernant le stratifié et le parquet contrecollé, l'offre est présentée dans une progression allant des références les moins chères aux références les plus chères, avec ainsi d'abord les stratifiés puis dans la continuité les parquets, le stratifié s'arrêtant autour de 50 euros le mètre carré et le parquet débutant au-dessus de ce coût. Parallèlement, l'implantation des lames obéit à une règle simple mais efficace dans l'aide au choix avec un dégradé plaçant les finitions de couleurs claires en partie supérieure et les plus sombres en partie inférieure. Cette façon de pratiquer donne un aspect harmonieux à la suite des mobiliers de vente quand tous les tiroirs sont refermés et permet au client de comparer facilement les différentes finitions en fonction des niveaux de gamme avec des lames pouvant être placées côte à côte sur un même plan.

Au-dessus des tiroirs, les présentoirs intègrent une zone de présentation des supports commerciaux avec un grand plateau permettant de poser les brochures, catalogues et classeurs (sur les chanfreins, les finitions), les maquettes des systèmes de pose (incizo...). Cet espace, scindé par des bandeaux de couleur selon la gamme exposée dans les tiroirs inférieurs (bleu pour le stratifié, brun pour le parquet et jaune pour le PVC) comporte également des visuels d'ambiance et des panneaux d'informations techniques.