

# « Les nouvelles tendances dans la boutique et l'étalage »

**Mots clés : High Tech - Ecologique - Home - Plexi- Métal - Bois certifié - Tonic - Zen - Naturel – Led**

*Intervention de Marie-Rose Thoueilles, scénographe de vitrines/décoratrice  
CCI Bayonne Pays Basque – lundi 11 février 2013*

Nous avons presque tous, ancrés dans notre imaginaire, des visions de vitrines et de boutiques « d'autrefois », soit par le biais de reconstitutions historiques (films, documentaires télévisuels ou autres), soit de notre vision de fait. En soixante ans, nos commerces ont connu des évolutions énormes, aussi bien la vitrine que l'agencement intérieur (merchandising).

## Le monde a changé, nous aussi!

Avec ces 3 images, vous pouvez mesurer le chemin parcouru dans les styles de présentations. Cette évidence qui vous saute aux yeux dans ces photos, c'est l'œil extérieur : c'est à dire « apprendre à voir » ce qui est positif ou négatif dans la présentation générale de votre vitrine. *Ne jamais oublier l'importance de l'œil « extérieur » : ce doit être le vôtre, avant d'être celui du client.*

## Votre vitrine EST votre carte de visite

Personne ne peut plus se passer « d'exposer » ses produits. Aucun commerçant, dans le monde actuel, ne peut plus être anonyme dans sa rue. C'est donc la porte ouverte à toutes les dérives - de « bonne foi » : un tel suivra son « feeling », un autre les conseils d'un ami, tel autre, etc.

## D'abord les techniques existantes !

Pour travailler les nouvelles tendances (écologique, Home, High tech...), il faut savoir les appliquer sur ou avec les techniques existantes.



Frank Horvat 1950



Saigon 1950 (ecpad.fr)



Photo personnelle

Il faut apprendre à les construire, en respectant quelques principes. D'abord, une « charte » de mise en place des produits, avec une mise en valeur par l'étalage<sup>1</sup> permettant un équilibre de l'ensemble :

- par la composition que l'on retrouve en merchandising (points d'appel internes hauts et bas):
  - classiques : (composition mathématique), développées sous 3 formes,
  - rythmes : (équilibre), développés sous au moins 7 formes,
  - suggestions : les plus ardues à mettre en place,
- par le choix de supports : modulable en fonction du volume de la vitrine,
- par un choix de couleurs,
- par l'éclairage, qui ne sert pas seulement à « éclairer » : c'est devenu l'un des acteurs principaux de la vitrine, du décor (et du merchandising), les leds en particulier, les tubes souples lumineux...,
- les décors (sujets, visuels, matières...) : métal, plexi, PVC, néons(flexi), bois (certifiés)... et toutes les tendances à venir !

### **Les nouvelles techniques**

Home, high-tech, écologique, visuel, détail extrême se superposent aux « anciennes », permettant une variation infinie de vitrines dont le but est de capter au maximum l'œil de la clientèle. Sont incluses dans les nouvelles techniques :

- les tactiles,
- les tactiles et sonores.

Ces techniques, complètent ou remplacent nos écrans intérieurs à la boutique.

---

<sup>1</sup> aujourd'hui scénographie