

MOBILIER DE VENTE

Des meubles modulables et polyvalents

Mises en relief lors du dernier salon Euroshop, les solutions de mobilier de vente font la part belle au multifonction. Les fabricants privilégient des solutions autonomes, compacts, modulaires, voire même polyvalentes pour du froid positif comme négatif. Retour sur les principales tendances du moment.

Incontournable... Le salon Euroshop est devenu l'équivalent de la Mecque sur le marché des équipements pour le commerce et la grande distribution. Et sa dernière édition en février dernier a délivré une vision particulièrement exhaustive des tendances ressenties sur le créneau du mobilier de vente. Il faut reconnaître qu'avec ses quelque 20 000 m², le froid y occupait une surface d'exposition encore jamais égalée, réunissant les plus grands noms du secteur. Les constructeurs dans leur ensemble font évoluer

leur gamme pour répondre aux petites surfaces de vente du type convenience store ou magasin de proximité. L'objectif étant de leur proposer une unité dans les meubles aussi bien pour le froid positif que négatif avec une optimisation de la surface de vente. Il en va de même pour le Hard Discount qui, contrairement à la France, connaît partout un fort développement. Plus globalement, les meubles négatifs évoluent aussi dans leur présentation et tentent de combiner au mieux la version verticale et horizontale.

Les groupes logés montent en puissance

D'un point de vue technologique et à l'heure de la révision de la F-Gas, les exposants ne parlent plus tant de fluides frigorigènes en particulier, mais évoquent plus des solutions globales combinant performance énergétique et respect de l'environnement. Partout présent sur le salon, le CO₂, même transcritique, se « banalise » chez les fabricants. En parallèle, les meubles à groupe logé, évoluant avec les hydrocarbures poursuivent leur progression. Dopés dans un premier temps par le retour en grâce de la distribution de proximité, ils ont tendance à se déployer aujourd'hui sur l'ensemble des formats, grands comme petits, eu égard, en réponse à la souplesse d'utilisation qu'ils sous-entendent.

Autre grande tendance, celle de proposer des solutions complètes qui, au-delà de la réfrigération, s'occupent de la climatisation et du chauffage des surfaces de vente. Et du côté des portes, les nouvelles solutions cherchent à concilier plusieurs impératifs: alors qu'elles poursuivent leur recherche d'économies d'énergies avec des doubles vitrages qui se généralisent, elles tentent dans le même temps à se faire toujours plus discrètes pour ne pas pénaliser l'acte de vente, en maximisant la visualisation des produits. Dans le même temps, elles cherchent aussi à ne pas freiner le travail lors du rechargement par le personnel. À noter enfin que, pour la première fois, un prototype de meuble de vente équipé de froid magnétique était exposé sur le salon Euroshop, certes uniquement pour du froid positif...

■ JFA

Mixant flexibilité et modularité, les meubles à groupe logé ont le vent en poupe (en photo, le meuble Burren de Novum).

Le constructeur italien Arneg présentait sur Euroshop un meuble de vente pour le froid positif adapté aux handicapés en fauteuil.



Ritaglio stampa
 Testata: Le Monde du Surgelé
 Pagina: 38-39
 Diffusione: 12.944
 Data: Aprile 2014

Mobilier de vente Les tendances en images

Vers la transparence totale



Le mot d'ordre aujourd'hui est surtout à l'allègement de la structure des meubles au profit des surfaces vitrées. On cherche avant tout à maximiser la visibilité des produits et jouer sur les effets de l'éclairage, tout en facilitant au passage le réassort pour les employés. En parallèle, les couvercles et les portes se délestent au maximum via de nouvelles technologies associées au verre. A quand les meubles tout en verre ? En photo : le modèle Eyris chez Epta France.

Pour les petits formats de magasins



Tous les constructeurs proposent des solutions qui cherchent encore plus à optimiser la surface de vente et à donner une unité de présentation aux meubles réfrigérés en froid positif et négatif. Le hard discount, qui se réinvente en Europe (plus de choix, introduction de produits de marque) est un des grands axes de développement des constructeurs qui lui dédient des lignes spécifiques. En photo, une solution d'aménagement proposée par Carrier.

Deux meubles en un



Finis les meubles tombeaux ou les armoires pour les surgelés ! Les vitrines négatives repensent verticalité et horizontalité pour accroître la visibilité du produit et sa préhension par l'acheteur, tout en cherchant à faciliter son remplissage lors du réapprovisionnement. En photo, plusieurs modèles chez Carrier.

La Led prend son envol

L'éclairage par leds s'est généralisé et devient une offre beaucoup plus performante, alors que les technologies dans ce domaine évoluent très rapidement. La led s'affirme comme la solution d'avenir pour la théâtralisation de l'offre. Et qui sait si elle ne pourrait pas également révolutionner l'étiquetage des produits d'ici peu ? En photo, la ligne AmpleUp chez Epta France.



Ritaglio stampa
Testata: Le Monde du Surgelé
Pagina: 38-39
Diffusione: 12.944
Data: Aprile 2014