

Dix-huit magasins Fnac ont adopté le nouveau concept librairie. Lequel laisse plus de place aux couleurs vives pour aider les lecteurs à mieux se repérer en rayon.

La Fnac redonne du peps à ses librairies

18

Le nombre de magasins qui arborent déjà ce nouveau concept

5

Le nombre minimum de magasins qui le déploieront en 2018

46 M

Le nombre de livres vendus en 2016 par la Fnac en France

Plus de 400 000

Le nombre de références de livres dans le catalogue Fnac

701 M€

Le chiffre d'affaires tiré des ventes de livres pour la Fnac (groupe) en 2016

Source : Fnac

Premier libraire de France, la Fnac entend garder son avantage concurrentiel. Il en va de l'image même de l'enseigne. Et pas que de son image, d'ailleurs. Les ventes de produits éditoriaux se sont élevées, en 2016, à 1,24 milliard d'euros. Certes, en forte baisse de 4,1 % sur l'année, mais de quoi représenter un tiers des ventes de la Fnac, mine de rien. Dans ce total, les livres seuls pèsent 701 millions d'euros. Soit plus de 18 % des ventes de la Fnac. Et puisque le marché du livre a atteint 3,9 milliards d'euros en France en 2016, cela signifie que près d'un livre sur six vendus dans le pays passe par les caisses de la Fnac.

Et, bien au-delà de cette litanie de chiffres, le livre est une source de trafic en magasins incontournable. On vient flâner dans les rayons, feuilleter et prendre du bon temps. La Fnac se doit donc de proposer un concept qui offre justement cette possibilité.

Une ambiance plus chaleureuse

D'où ce lifting aujourd'hui déployé dans 18 magasins en France, en attendant que les autres y viennent également. « *L'objectif numéro un est d'améliorer la lisibilité du rayon pour permettre aux clients de mieux se repérer dans les différents univers* », déclare ainsi un porte-parole de l'enseigne. Et avec ces codes couleur marquants, doublés d'une signalétique modernisée, le moins que l'on puisse dire est que le pari s'avère réussi. « *Notre rayon livres a toujours*

été conçu comme une librairie, et nos vendeurs sont des libraires, mais ce n'était pas forcément l'impression rendue visuellement », indique la Fnac, qui explique avoir ainsi « *voulu redonner de la chaleur et s'éloigner des codes des GSS, un peu froids* ».

Cette chaleur, on la retrouve à l'intérieur des rayons. C'est tout bête, mais cela change une ambiance : les tables de présentation s'ouvrent à des ruptures de rythme agréables à l'œil. En clair : on sort des étagères parallèles, une planche horizontale, une planche verticale, pour trouver des hauteurs et des largeurs différentes, propres à mieux mettre en valeur les articles. Le tout en étant parfaitement modulable, pour permettre aux équipes d'adapter le mobilier en fonction des besoins.

Qu'on résume : un parcours client rendu plus aisé, car plus visible, et des livres davantage sublimés sur leur présentoir... La Fnac s'offre avec ce concept un coup de jeune qui vient rendre à son rayon livres ses lettres de noblesse. Avec, pour accompagner l'ensemble, ce qui se veut une meilleure harmonie entre magasins et digital. Si le livre numérique reste encore marginal en France, aux alentours de 2 % du marché du livre, il se développe néanmoins, et attire notamment les grands lecteurs. Donc ceux susceptibles d'être les meilleurs clients de la Fnac... Ce concept offre donc la possibilité de commander plus aisément en ligne et met en avant Kobo, la liseuse numérique vendue par la Fnac, avec l'ensemble de son catalogue. ■

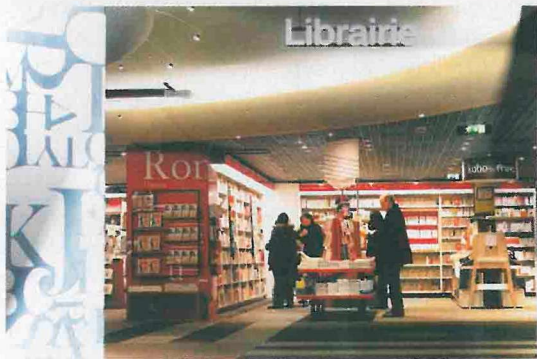
JEAN-NOËL CAUSSIL



PHOTOS FNAC

QUAND LA BD FAIT POP

Ambiance pop pour le rayon BD, important à la Fnac avec ses hordes de lecteurs assis pour satisfaire leur amour des bulles.



MISE EN AVANT DES COUPS DE CŒUR

Si les nouvelles signalétiques permettent de mieux se repérer, elles aident aussi à davantage valoriser les coups de cœur des libraires Fnac.



SIGNALÉTIQUE PLUS VISIBLE

Un coup d'œil suffit désormais pour se repérer en rayons. Et ce par la grâce de codes couleur bien plus marquants qu'auparavant.



RETROUVER LES CODES DE LA LIBRAIRIE

On est loin des ambiances un peu froides de la grande surface. La Fnac retrouve ses airs de librairie spécialisée qui lui manquaient un peu.

COULEURS CHAUDES

Les différents rayons de la librairie disposent chacun de leur code couleur.

