

Retours d'expérience

Boulangier x Alinéa : partager une surface de vente commune



Les porteurs de projet :



Saïd Benlaharche

Directeur de magasin, Alinéa,
Nancy



Dominique

Golembiowski

Directeur de magasin,
Boulangier, Nancy

*Le contenu de ce document, texte et photos, est librement utilisable dans votre entreprise de l'écosystème AFM.
Nous vous remercions de citer la source : "Retours d'expérience • The field"*

La collaboration

Le 18 octobre 2023, Boulangier et Alinéa ont inauguré un tout nouveau magasin dans la zone commerciale Houdemont à Fléville-devant-Nancy. L'enseigne de mobilier souhaitait céder une partie de ses 6 000 m². Elle s'est installée à l'étage du magasin ; l'enseigne d'électroménager, elle, a investi le rez-de-chaussée. Loin d'être un espace cloisonné, les deux enseignes collaborent pour offrir une expérience complète à leurs clients.

Les points clés

Deux besoins distincts, un renouveau commun

Alinéa a diminué sa surface de vente pour proposer à sa clientèle un nouvel espace plus intimiste et toujours aussi haut de gamme. Boulangier s'est rapproché de sa clientèle en se positionnant dans la plus grande zone commerciale du secteur, et a amélioré l'expérience vécue en magasin.

Une expérience de cohabitation unique en France

Partager un espace commun et le transformer en une surface ouverte où les clients peuvent imaginer l'équipement de leur maison à 360° et dans un seul bâtiment est inédit. C'est un défi que les équipes d'Alinéa et de Boulangier ont relevé avec enthousiasme.

Retours d'expérience

Boulangier x Alinéa : partager une surface de vente commune

Interview croisée

Le retour d'expérience de **Saïd Benlaharche**
et de **Dominique Golembiowski**



« Notre objectif principal était de satisfaire nos clients »



Quelle était la volonté des deux enseignes pour ce projet ?

Saïd Benlaharche, directeur d'Alinéa : *L'envie est née de Boulangier qui souhaitait s'installer sur la zone depuis un certain temps. En parallèle, nous étions en transformation dans notre typologie de magasin : l'objectif était de revenir à une singularité de produits, de retravailler les univers et de retrouver un esprit boutique et non plus une grande structure où les clients se perdaient un peu. En recentrant, en regroupant les différents produits, le chiffre d'affaires au mètre carré se développe beaucoup plus rapidement.*

Dominique Golembiowski, directeur de Boulangier : *Alinéa souhaitait réduire sa surface de vente, nous avons donc eu l'opportunité de récupérer le rez-de-chaussée. Nous avons sauté sur l'occasion, car l'emplacement au sein de la zone commerciale était meilleur que notre ancien magasin, basé à Vandœuvre-lès-Nancy, en termes de configuration et de trafic client. Nous avons ainsi pu nous implanter dans la plus grande zone commerciale de la ville, une zone destinée à l'habitat.*

Retours d'expérience

Boulangier x Alinéa : partager une surface de vente commune

Interview croisée

Le retour d'expérience de **Saïd Benlaharche**
et de **Dominique Golembiowski**

En quoi cette nouvelle offre est-elle complémentaire ?

DG : La complémentarité est évidente en termes de produits : Alinéa fait le mobilier, nous faisons l'électroménager et le multimédia. Aujourd'hui, un client qui souhaite s'installer peut se projeter et ressortir du magasin avec une offre complète d'équipements pour son habitat. Partout, on retrouve les offres des deux enseignes : du mobilier Alinéa est exposé dans notre surface de vente, des téléviseurs, des équipements de son sont présents dans leur univers.

SB : Notre objectif principal était de satisfaire nos clients. Au-delà de la complémentarité de l'offre, la présence de Boulangier nous apporte plus de trafic. De leur côté, ils captent une typologie de clients, disons, un peu plus haut de gamme. En s'implantant dans cette zone commerciale, la cible client de Boulangier a évolué. Une vraie osmose s'est créée entre nos équipes avec une réflexion et une vision commerciale communes.



Si c'était à refaire ?

DG : C'est une aventure humaine extraordinaire. La complémentarité et la collaboration entre nos deux enseignes ont été parfaites. Cela faisait 25 ans que nous étions sur l'ancien magasin, ce transfert a apporté beaucoup de nouveautés et les équipes ont adoré.

SB : On est très satisfaits : voir le flux de clients et le parking rempli encourage nos collaborateurs, il y a un réel enthousiasme et cela se ressent auprès de nos clients, car nos notes NPS progressent. C'est très positif et cela donne confiance en l'avenir.