

Mon avis en immersion chez Sostrene Grene

Intéressant de voir combien le secteur de la décoration est dynamisé par l'arrivée de nouvelles enseignes aux idées fraîches et aux concepts innovants. Après les Muji, Zara Home, H&M Home ou encore Hema, voici venu le moment où Flying Tiger et Sostrene Grene déboulent en force sur le marché français. Ces enseignes venues du froid s'appuient sur des collections au design souvent soigné et à un excellent rapport qualité/design/prix que l'on croyait durablement réservé - à tort - à Ikéa.

De quoi susciter des visites fréquentes et des achats d'impulsion. Idéal pour soutenir la fréquentation des centres commerciaux.

C'est justement l'ouverture récente de Sostrene Grene au sein d'un Forum des Halles rénové et agrandi qui a retenu mon attention. L'enseigne compte déjà une dizaine de magasins en France et il est probable qu'elle devienne un des chouchous des grands bailleurs dans les mois et années qui viennent compte tenu de l'accueil chaleureux que les clients français lui réservent.



Si le nom de l'enseigne est difficilement prononçable pour nous (et assez peu mélodieux), Sostrene Grene, créée dans les années 1970, compte environ 180 magasins en Europe (dont la moitié au Danemark) et s'appuie sur des atouts puissants pour bousculer l'ordre établi.

Voyons en détail lesquels :

1 - Le visual merchandising

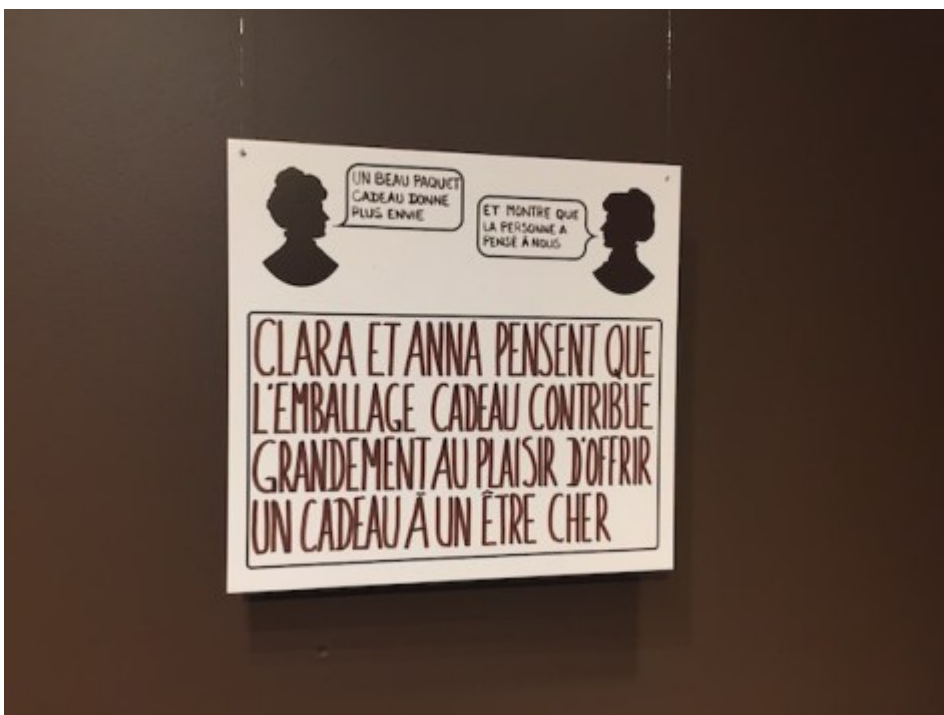
Au Forum des Halles, le magasin sait se rendre séduisant pour inviter le maximum de clients (de clientes en l'occurrence) à passer ses portes. Merchandising impeccable, profusion de produits, belle palette colorielle et agréable gestion de l'altimétrie. Le tout servi par un éclairage d'accentuation qui joue le contraste avec des murs et parois volontairement sombres.

Les paniers installés à l'entrée nous programment à adopter immédiatement un mode "achat compulsif" et laisser parler nos coups de coeur.



2 - Le ton et l'état d'esprit

Une fois entré, vous êtes accueilli par une signalétique qui donne la parole aux sœurs Grene dans un style et un ton à la fois chaleureux et bienveillant. Une mise en condition particulièrement agréable pour profiter de la visite. On retrouvera tout au long de la visite des messages comparables et jamais de discours promotionnels agressifs.



3 - Le parcours client

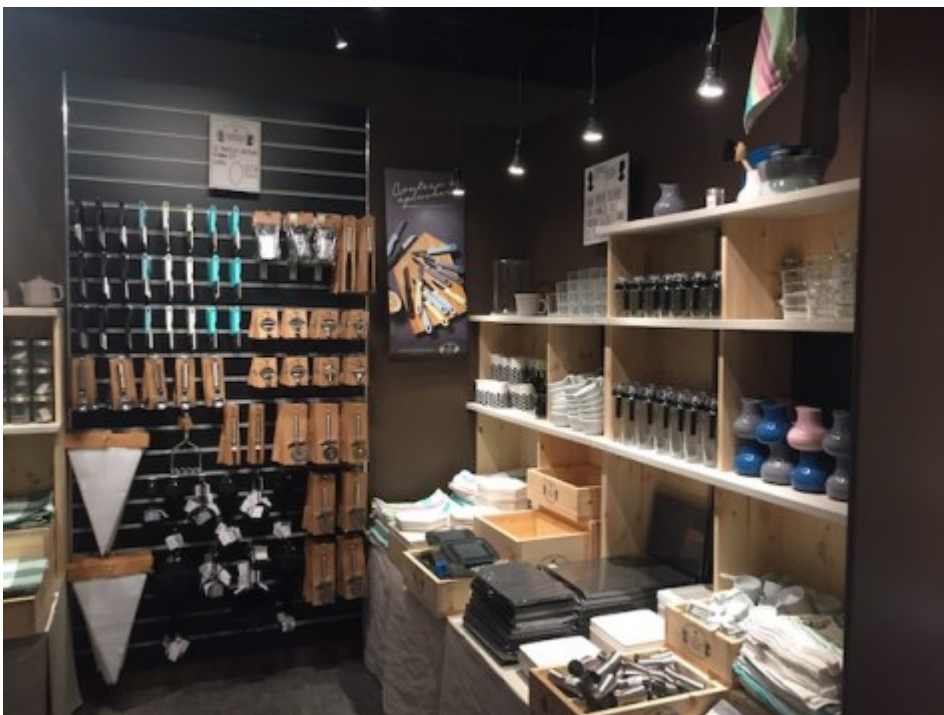
Sostrene Grene adopte le parcours client qui a fait le succès d'Ikéo et que l'on retrouve aussi chez Flying Tiger. Vous êtes ainsi « contraint » de suivre une route tracée pour vous et passer devant l'intégralité de l'offre dans une sorte de labyrinthe assez étroit qui ressemble surtout à une agréable ballade remplie de surprises. De part et d'autre de l'allée unique de circulation, les produits sont installés à hauteur d'homme. Inutile de se baisser pour découvrir l'intégralité de l'offre.

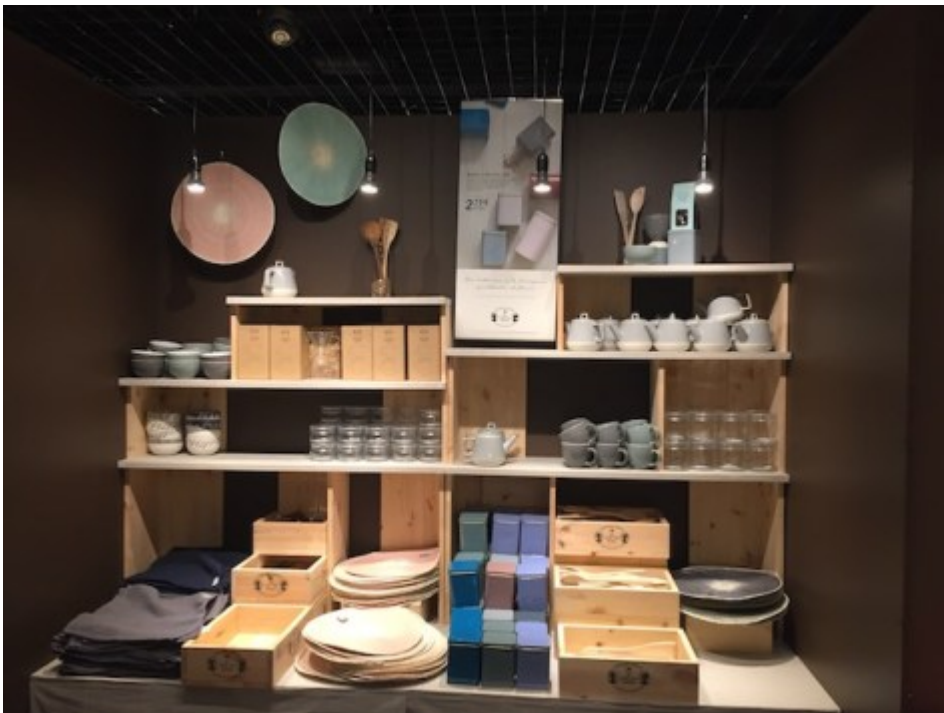




4 - Le concept du point de vente

On est vite surpris par la surface relativement réduite du magasin (300 m²) alors que sa vitrine généreuse laissait imaginer une taille plus importante. Pour autant, la quantité de produits présentés est impressionnante. Réparties en plusieurs familles (décoration d'intérieur, papeterie, emballages cadeaux, travaux manuels, ustensiles de cuisine, jouets pour enfants et quelques produits alimentaires), on apprécie à chaque fois leur présentation sur des mobiliers en bois clair et des boîtes à l'effigie de la marque. Les collections sont renouvelées très régulièrement. Aussi, les clients ont intérêt à laisser parler leur cœur plutôt que leur raison sous peine de prendre le risque de ne plus trouver l'article convoité dans un futur proche. Une technique qui fait ses preuves dans le monde de la fast fashion.

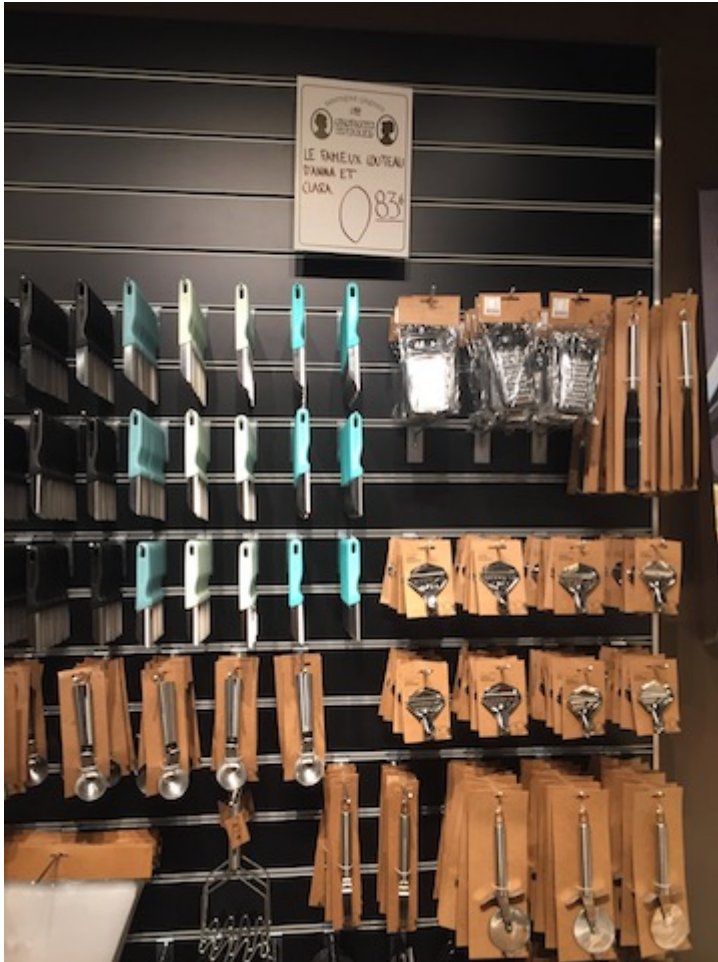




4 - Le rapport qualité/prix

Sostrene Grene pratique des prix que l'on croyait jusque là l'apanage des soldeurs dont l'offre au design discutable est directement débarquée de Chine. Chez Sostrene Grene, les produits n'ont heureusement rien à voir : grâce à leur design sobre et leur style scandinave si apprécié aujourd'hui, l'enseigne s'adresse aux amoureux de la déco qui puisent leur inspiration dans les magazines spécialisés. Et qui trouvent là une formidable occasion de laisser s'exprimer leur amour de la déco. Sans se ruiner. Le fait que les prix ne soient pas ronds contribuent également à renforcer l'image prix du magasin.





5 - L'univers de la marque

Sostrene Grene propose et met en scène une belle histoire. Celle de deux sœurs qui ont souhaité faire partager le « hygge », ce mélange de joie, de satisfaction et de chaleur humaine qu'on trouverait dans les sociétés apaisées du nord de l'Europe. Et on y croit. On a presque l'impression d'être plongé dans un conte où serait décrit la décoration de la maison du personnage principal.



Mon avis en immersion

On parle souvent de la nécessité d’enchanter le commerce physique pour résister à l’efficacité implacable du retail online. C’est assurément le cas ici. Par ailleurs, je constate qu’aucune “innovation” digitale, dont on veut nous faire croire qu’elles sont le nouvel horizon indépassable du commerce physique, n’est nécessaire pour créer l’alchimie.

Cependant, c’est sur les réseaux sociaux que Sostene Grene a mis l’accent. Et c’est logique. Pour inspirer ses clients, délivrer des tutos pour décorer sa maison et personnaliser ses objets, rien de tel que Facebook ou Instagram pour engager sa communauté et générer un bouche à oreille positif.



Au final, on ressort de Sostene Grene avec le sourire. Et le sentiment d’avoir vécu un

moment positif finalement assez rare dans le commerce d'aujourd'hui. Sans compter bien sûr avec un petit quelque chose pour sa maison ou ses amis. Que l'on peut d'ailleurs emballer en sortie de caisse sur une table qui invite à la réalisation d'un joli paquet.



Un sans faute sur toute la ligne.

Thanks to share this article

- [Cliquez pour partager sur Twitter\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquez pour partager sur Facebook\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquer pour imprimer\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)