



CARREFOUR - VILLIERS-EN-BIÈRE



DESIGN GLOBAL

Design Identité Visuelle
Design Architecture
Design Marchandising
Design Mobilier
Design Digital
Design Environnement

GRAND PRIX

TOP/COM CONSUMER 2017 - OR
Catégorie Design Global

40 ans après sa création, comment réinventer le plus grand hypermarché de France ?

Créé en 1971

26 000 m² de magasin

450 m de long

10 000 référence

Sans doute le plus grand hypermarché d'Europe

Emblématique du gigantisme des hypermarchés des années 1970, Carrefour Villiers-en-Bière ne répondait plus aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui. Souffrant d'une taille démesurée et d'un bâtiment devenu vétuste au fil des années, l'hypermarché et sa galerie marchande affichaient une baisse sensible de leur fréquentation. À l'issue d'une compétition, l'agence de design global.

Saguez & Partners s'est vu confier la rénovation globale du plus grand hypermarché de France. Face à la concurrence des courses sur internet et au développement du commerce de proximité offrant confort et gain de temps, **comment donner aujourd'hui l'envie au client de rentrer dans un magasin de 26 000 m², de parcourir une allée centrale de 450 mètres de longueur parmi 10 000 références ?**

Avant





Après - Création de quatre façades, quatre espaces de caisses éclairées par une suspension indivisuelle.

—
Avant

TOUT COMMENCE PAR UN BON PLAN

Tout sous le même toit, mais à échelle humaine! Pour rompre avec l'impression de démesure, en conservant la même surface, Saguez & Partners a commencé par dessiner un nouveau plan qui structure l'espace en deux parcours adaptés aux besoins et au temps du client :

- L'Hyper pour les courses utiles du réassort.
- Le Shopper pour les courses plaisir, plus rapides.

« CASSER » LA LIGNE DE CAISSES

Exit la ligne de caisses anxiogène dès l'entrée de l'hypermarché. **Quatre façades** ont été créées pour casser cette véritable barrière humaine et **valoriser quatre secteurs référents** :

- Le Marché
- Maison & Beauté
- Entrée Hypermarché
- Culture & Média.

QUATRE ENTRÉES, QUATRE MAGASINS DANS LE MAGASIN

On n'entre plus dans une grande surface généraliste de tout et spécialiste de rien, mais dans **quatre espaces, quatre expertises à forte valeur ajoutée animées par des professionnels**. Chaque accès est conçu comme une entrée de boutique formée d'une arche éclairée de chaque côté par deux appliques qui diffusent une lumière chaleureuse et intimiste.

La lumière a fait l'objet d'une réflexion globale pour apporter un éclairage adapté à tous les niveaux de signalétique et aux différents univers: lumière douce et basse dans la librairie, flatteuse sur les caisses, discrète sur les fruits et légumes du Marché, efficace sur les caissons d'enseignes lumineuses.

Le sol en grès céram dessine différentes formes à chaque étape du parcours. Aux entrées, un motif tapis accueille les clients, accompagné ensuite tout le long de l'allée centrale par un calepinage formé par trois nuances de gris.



REPÈRES FACILES, TECHNOLOGIES DOUCES & RENCONTRES AVEC LES MÉTIERS

À l'intérieur, l'agence a créé des univers graphiques et architecturaux spécifiques pour chaque offre. Composés de codes matériaux et d'échelles de hauteur harmonisées, ils assurent la lisibilité des différents parcours. Sur les parties supérieures des cloisons en bois qui courent le long des rayons, iconographie et stylisme expriment la diversité de l'offre.

Carrefour développe de plus en plus le fait sur place. Pour **dévoiler la force de ce savoir-faire et la richesse de son offre**, Saguez & Partners a imaginé de véritables laboratoires ouverts, qui créent du lien entre le client et le professionnel. Les structures en galva, évoquant l'aspect technique et précis du métier, sont associés à des cloisons en chêne, qui apportent le côté chaleureux de la relation humaine et du partage. Chaque expertise est mise en scène par le geste, les produits et les outils.

Le design digital guide le clients, à l'aide de différents types d'écrans et de bornes diffusant des informations sur les parcours, les métiers, les prix, les services et les produits.



LE MARCHÉ



AVANT TOUT UN MARCHÉ !

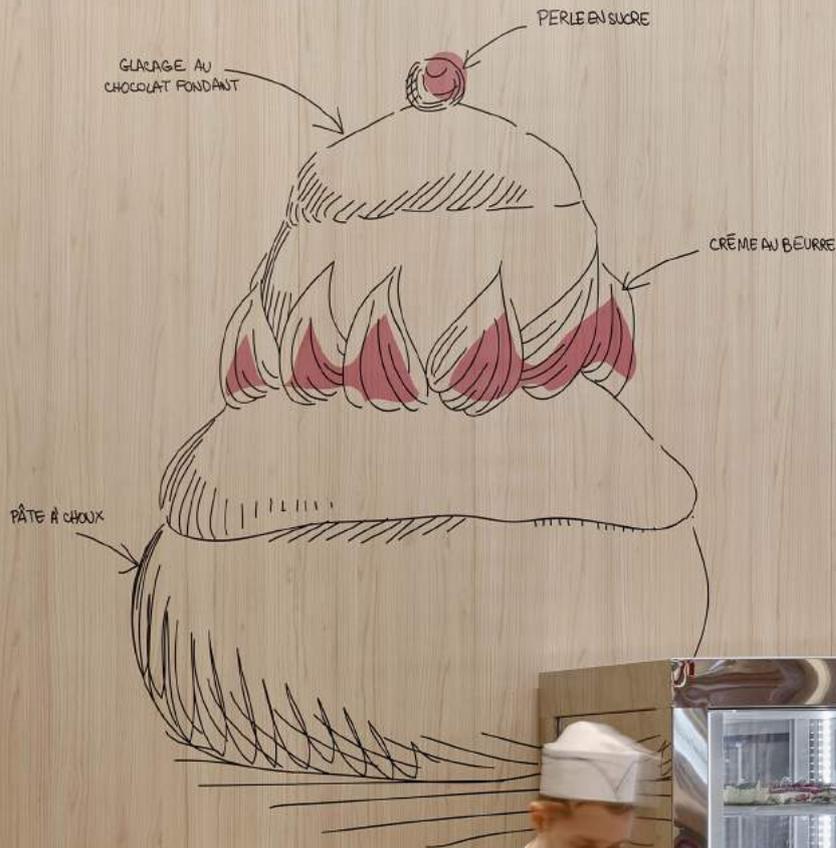
La coque sobre est unifiée par le choix de matériaux simples et chaleureux. Dès l'entrée, l'enseigne du Marché est imprimée sur des **carreaux en faïence**, typiques du secteur alimentaire. Le caractère noble du cadre en **bois** se marie à une **structure métallique noire**, façon atelier.

À l'intérieur, on retrouve les trois matériaux dominants. Les cloisons en bois, sur lesquelles le graphisme exprime l'expertise des métiers (traiteur, pâtisserie maison, artisan-boulangers...), sont soulignées de ferronnerie noire.

Les carreaux de faïence sont repris pour recouvrir les différents espaces métiers.

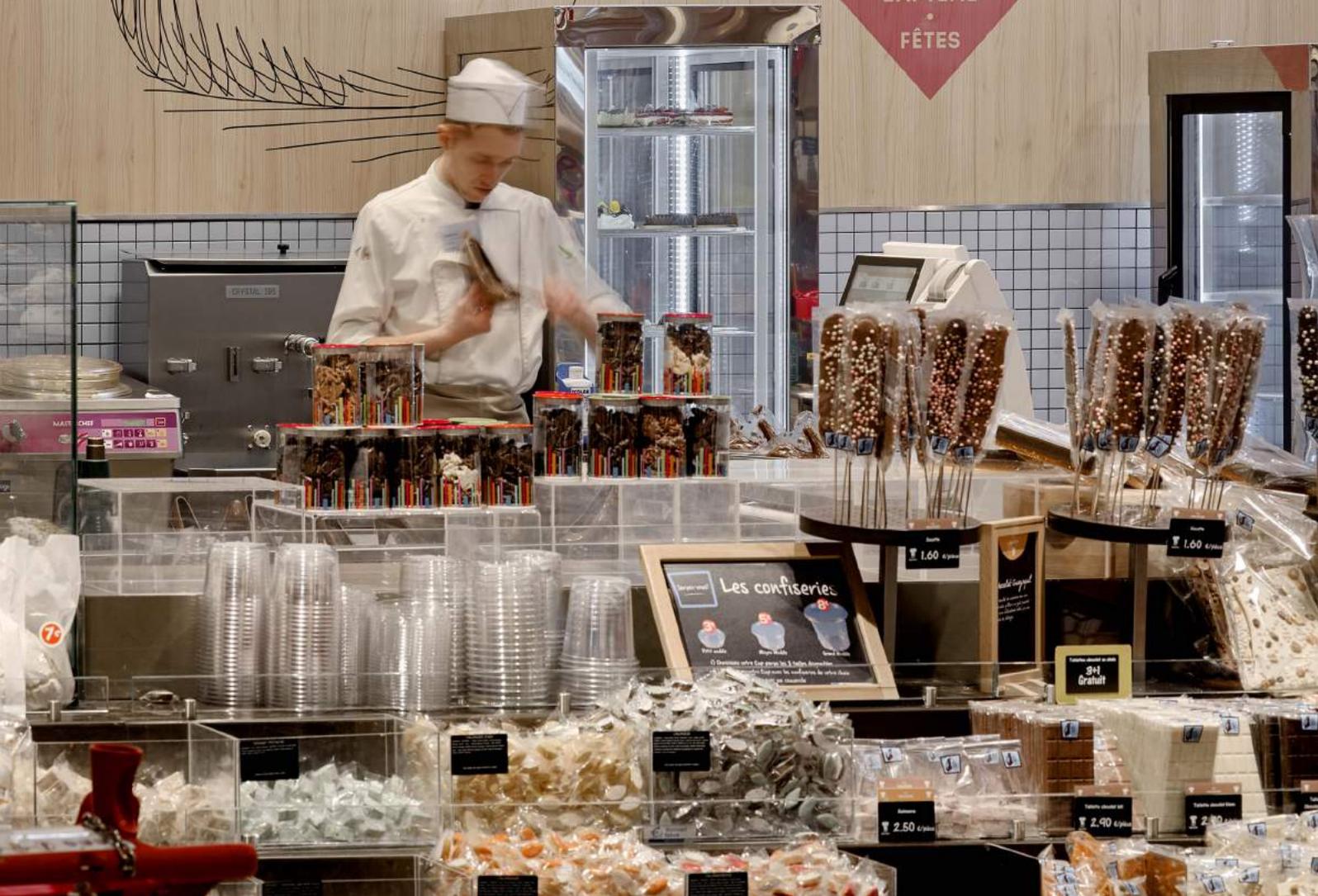
L'espace alimentaire est traité comme une grande place de marché couvert. Le faux plafond en drop paper - matériau très léger - avec éclairage intégré, créé un effet de poutres chaleureux.





*Commandez
tous vos desserts*

MARIAGE
•
RÉCEPTIONS
•
BAPTÊME
•
FÊTES



Des messages rédigés avec humour guident le client à travers la diversité de l'offre.

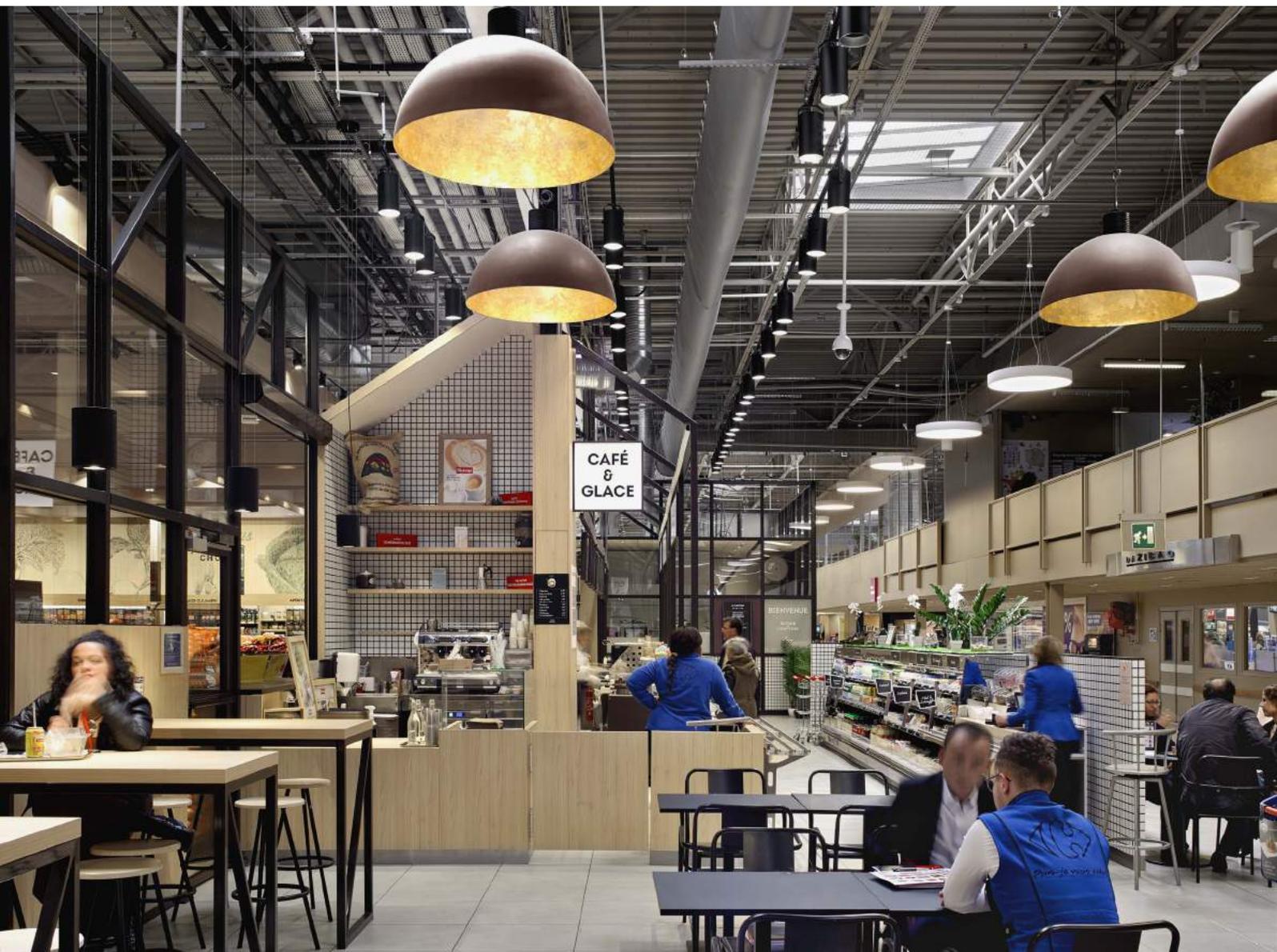
Une camionnette Citroën vintage théatralise les produits d'exception du Marché.





Dans une démarche pédagogique, des dessins d'animaux d'élevage découpés en pointillés désignent les différents morceaux de viande et des cartes de France indiquent les régions d'origine.

À l'entrée du Marché, entre deux lignes de caisses, l'espace «Autour du comptoir» **prolonge naturellement l'offre du magasin**. On y retrouve les structures fines et vitrées de l'atelier et les carreaux de faïence des métiers de bouche. Côté galerie commerciale, des tables invitent à s'asseoir dans des postures variées pour déguster les produits du Marché, assemblés et cuisinés sur place.



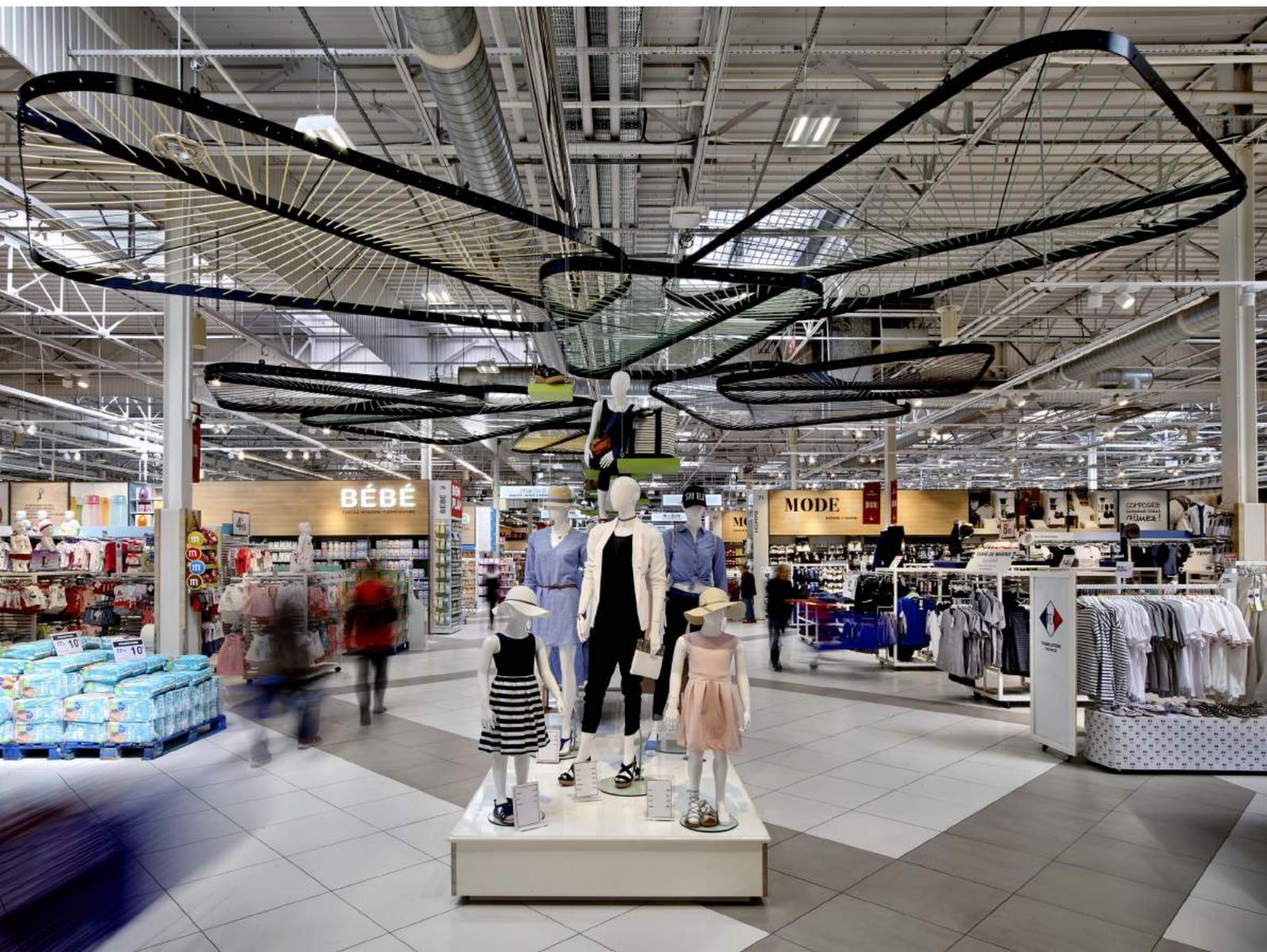
MODE & BEAUTÉ

Un des objectifs prioritaires de la refonte de l'hypermarché de Villiers-en-Bière a été de relancer les secteurs non-alimentaires.

Des grands gestes théâtralissent la richesse de l'offre Carrefour et rythment les espaces :

L'**Îlot Mode** met en scène un défilé de mannequins vêtus des dernières collections, debout sur un catwalk ou assises sur des balançoires en forme de grandes feuilles flottantes stylisées.

Le **Comptoir Beauté** est une explosion de couleurs sur d'immenses chapeaux chinois en fils tendus. Éclairés par des néons intérieurs, ils évoquent l'éclat et les nuances infinies des produits de maquillage..





CULTURE & MÉDIA

Grand geste de l'espace Culture & Média, visible dès l'entrée, la **Table d'Innovation** en bois invite le client à découvrir, confortablement installé dans les deux assises intégrées au mobilier, les dernières technologies et les innovations Carrefour, mises en lumière par des abat-jours géants.

la **Grande Bibliothèque** est délimitée par un sol en PVC effet parquet et des cloisons double-hauteur couvertes de rayonnages de livres. Réalisées à partir d'un processus d'impression démultipliée de tranches de livres, elles ont été redessinées pour casser l'effet de répétition. Grâce à l'installation de luminaires descendus pour éclairer au plus près les produits exposés sur du mobilier bas, l'espace à échelle humaine accueille petits et grands amateurs de livre, de musique ou de jeux.

De grands escalators encadrés d'arches en bois invitent les clients à monter dans la mezzanine. Ils y découvriront l'offre décoration, la cafétéria et les Ateliers. Innovations de Carrefour, **les Ateliers** proposent gracieusement des cours de cuisine, d'œnologie, d'informatique et de beauté, répartis dans deux espaces : une cuisine professionnelle à dominante inox avec hotte centrale et un salon de cours conviviaux, aménagé dans les codes cosy de la maison.



La nouvelle identité visuelle dévoile la richesse unique de l'offre et des savoir-faire de Carrefour

Marque précurseur et innovante dans ses usages et dans son offre, Carrefour est un atelier unique de produits et de goûts de toutes les régions de France et du monde, révélés et partagés par des experts dans chaque métier : alimentation, beauté, mode, maison, culture et jardinerie. Bien pensée et accessible, l'offre large et pointue de la marque-enseigne mixe plaisir et découverte dans tous les secteurs sous le même toit.

L'identité visuelle créée par Saguez & Partners assure une **cohérence globale entre tous les niveaux d'information**, du plus près du produit, à la signalétique visible du plus loin, en hauteur sur les cloisons en bois. Les messages sont hiérarchisés par des codes de formes simples et efficaces, attribués aux labels de la marque-enseigne :

- Le triangle | Sélection
- Le carré | Produits spécifiques.
- Le rond | Expertise.

Orange feu chez le rôtisseur



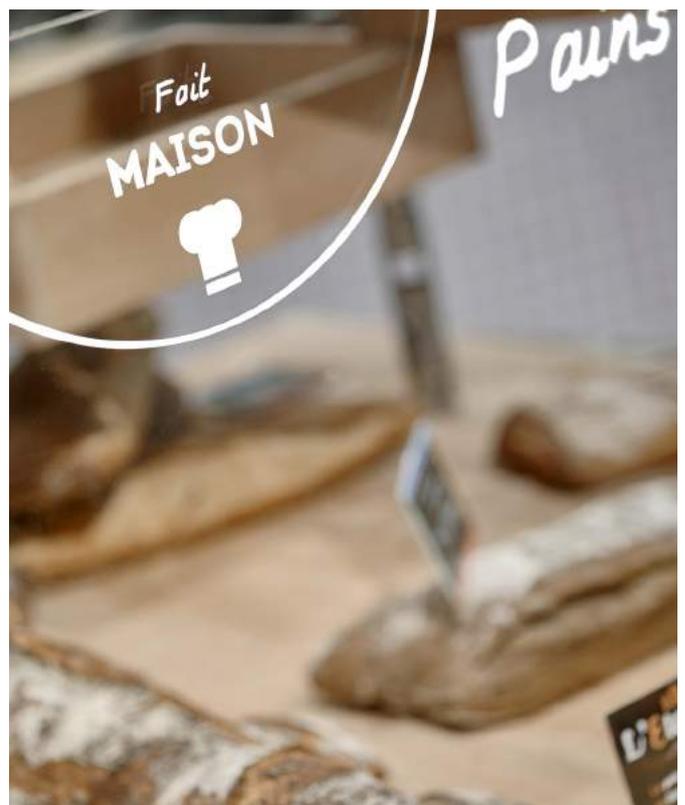


Bleu océan chez le poissonnier

Des symboles viennent compléter cette bibliothèque de signes, comme la toque qui indique le fait-maison.

Le design Identité visuelle crée des **repères forts** pour chacun des différents secteurs qui composent la richesse de l'offre et des expertises de Carrefour. Une typographie, une iconographie, un vocabulaire, une gamme colorielle et des matériaux spécifiques et originaux identifient chaque métier.

L'agence a imaginé des gammes de camaïeux de couleurs, pour faciliter la lecture de l'offre dans les allées de produits frais rangés dans des armoires réfrigérées : rose pour les jambons, vert pour les salades...



Un design global différenciant pour une marque pionnière et engagée

Au-delà du travail réalisé sur les grands univers de l'hypermarché, l'agence a prolongé sa mission au design des espaces de la galerie commerciale, l'Institut de beauté Soy ou le fleuriste, dans un souci permanent de lisibilité globale de l'offre et des parcours.

Distributeur pionnier dans le bio, très impliqué aux côtés des producteurs de la région, dans le développement durable et la Responsabilité Sociétale des Entreprises, Carrefour a recruté des personnes en réinsertion et des élèves du lycée agricole de Bougainville de Briec-Comte-Robert. Ensemble, ils ont installé des ruches et un potager de 1 200 m² planté sur la toiture du parking. Les fruits, légumes et plantes aromatiques qui y sont cultivés seront commercialisés dans l'hypermarché. Saguez & Partners a accompagné cet engagement de la marque en créant **une identité visuelle spécifique qui retranscrit ses valeurs environnementales et sociétales.**

Mis en place en novembre 2016, le nouveau design global du magasin accomplit le triple objectif de servir les clients, mettre en avant l'offre et les expertises de la marque, et à communiquer les convictions de Carrefour.

Des chiffres & des dates

DES DÉLAIS SERRÉS

Septembre 2014 :

Début de la mission de Saguez & Partners

Novembre 2016 :

Inauguration du nouveau design global de Villiers-en-Bière.

DES CHIFFRES

Surface hypermarché: 25 000 m²

CA annuel hypermarché: 170 M€

Fréquentation annuelle du centre commercial:

4,5 millions

Objectif: + 20%

DES MATÉRIAUX

- Grès cérame, quatre teintes de beige.
- Drop Paper | plafond Le Marché.
- Orme du Lubéron | cloisons bois produits frais.
- Chêne Ferrare clair | cloisons bois non alimentaire.
- Noisetier clair | cloisons Mode & Beauté.
- Noisetier brun | cloisons Culture & Média.

DES COULEURS POUR LES STRUCTURES

- Brun Cantal | peinture périphérie.
- Gris-brun | ateliers
- Gris-beige | mobilier.

DES COULEURS IDENTITAIRES POUR CHAQUE SECTEUR

- Jaune | Sport
- Gris-bleu | Bricolage
- Blanc & Noir | Culture & Média
- Rouge | Jouets
- Vert | Produits de saison
- Rose | Beauté
- Bleu clair | Parapharmacie
- Marron & Beige | Droguerie
- Bleu & Violet | Maison

Qui fait quoi ?

CARREFOUR

Georges Plassat, PDG Groupe.
Frédéric Jufin, Directeur Hypermarchés France
Frédéric Brossard, Directeur concept Hypermarchés France
Céline Martin, Directeur modèles commerciaux & Innovation
David Julien, Identité visuelle & Signalétique

SAGUEZ & PARTNERS | DESIGN GLOBAL

Une équipe Création & Conseil dirigée par le tandem
Yann Mignot et Lorraine Dieulot.

Olivier Saguez, Président, Designer
Yann Mignot, Directeur de création, Architecte d'intérieur
Cyrille Moulins, Architecte d'intérieur
Anthony Karam, Designer intérieur
Audrey Fontenelle, Architecte d'intérieur
Pierre Thevenard, Designer intérieur « Autour du comptoir »
Isabelle Dufieux, Designer intérieur Mode & Beauté
et de l'institut bien-être Soy
Emilie Portal, Directrice de création graphique
André Lavergne, Directeur artistique graphique identité visuelle
et signalétique Le Marché
Charles Debar et Blandine Delahousse, Experts matériaux
Cheng Loung Zhao, conception 3D
Lorraine Dieulot, Directrice conseil
Mathilde Billion, Chef de projet
Bérénice Cailleton, Chef de projet opérationnel.

Contacts | Relations Presse

Patricia Courtois

p.courtois@saguez-and-partners.com 06 07 63 52 99

Cindy Gergeaux

c.gergeaux@saguez-and-partners.com 06 49 08 43 86

DES ENTREPRISES PARTENAIRES

Carrefour Property, Maître d'ouvrage
parking, façade, galerie commerciale
Ase Product, Maître d'œuvre
Architrede, Agenceur
Advence Creative Lighting Solutions, Enseignes lumineuses
Trato Lighting, Éclairage et Luminaires
HMY Innovation in retail, Gondoles
Megamark, Grands gestes
Allprint, Signalétique
Volcan Design, Merchandising
Bonnet Neve, Meubles froid

PHOTOS

Éric Laignel, photographe franco-américain du magazine Interiors Design qui vient de photographier le tout-dernier bâtiment d'Apple à Cupertino et Eataly au World Trade Center dont il s'est inspiré pour Carrefour Villiers-en-Bière :
« J'ai déployé toutes mes astuces pour shooter ces 17000m² en une unique longue journée qui restera mémorable. L'affluence était colossale et j'ai souvent été bousculé par des armées de caddies... j'ai découvert que le jeudi est LA journée à bas prix et du coup blindée de clients - de seniors principalement. Ce centre commercial est un énorme succès commercial. J'aime ces photos qui accentue un Design supplantant le côté retail. »