

CONJUGUER EXPÉRIENCE CLIENT ET MARQUES INSPIRANTES : LE PARI DE FABRIQUE DE STYLES

En proposant un espace structuré en univers distincts, l'enseigne facilite la recherche tout en favorisant l'inspiration. L'expérience client repose sur la diversité des marques, l'originalité des produits et un accompagnement personnalisé. Chaque visite est conçue comme un parcours de découverte où l'agencement, les mises en scène et la signalétique guident naturellement le choix, rendant le shopping fluide et immersif.

■ Par/by Aurélie Cazaux Maleville, directrice développement de Fabrique de Styles

Majoritairement situés en périphérie des centres-villes, les magasins Fabrique de Styles proposent une large offre de marques pour la maison encore peu présentes sur ces zones commerciales. L'enseigne valorise leur savoir-faire dans des corners dédiés : mobilier, décoration, plante fraîche, luminaire, épicerie, bien-être, cadeaux, etc. Ce projet vise à la fois à offrir à ses marques partenaires une mise en avant de leurs savoir-faire, tout en proposant à sa clientèle un seul magasin pour découvrir une offre qualitative et différenciante, en périphérie des grandes villes.

Les magasins, imaginés comme des concept-stores XXL compris entre 800 et 1 200 m² en moyenne, disposent également tous d'un vaste espace mobilier grâce à un catalogue de plus de 3 000 meubles, avec notamment une offre de canapés made in France et 100 % personnalisables. Avec un réseau de plus de 35 magasins partout en France, l'enseigne entend faciliter le shopping des clients et rendre ces jolies marques accessibles au plus grand nombre.

OFFRIR DE NOUVELLES HABITUDES DE CONSOMMATION

L'origine du concept repose sur la volonté de promouvoir et mettre en valeur des marques françaises et européennes qui ont une histoire, une expertise, un savoir-faire reconnu. Quentin Forzy, président de Fabrique de Styles, a créé l'enseigne avec l'idée qu'aujourd'hui les clients sont lassés de voir la même table basse, le même fauteuil partout... Ils réclament des produits de qualité qui ont une vraie originalité et qui leur permettent de se démarquer. Il se trouve que ces produits à forte identité en amont des tendances existent chez des marques françaises et européennes. Nous avons donc décidé de créer une enseigne qui réunit celles que nous aimons et que nous souhaitons mettre en lumière. Nos magasins et notre marketing ont quant à eux été pensés pour rendre l'expérience client originale, surprenante pour certains et inspirante pour tous.

Issus du commerce de la décoration depuis de nombreuses années, nous avons lancé en 2018 cette enseigne, façon grand magasin pour toute la maison. Notre équipe valorise et rend accessible de jolies marques françaises et européennes qui ont un savoir-faire, une expertise et une histoire. Notre volonté est d'offrir de nouvelles habitudes de consommation avec une offre composée à 30 % de produits made in France et à 15 % de produits made in Europe. Une offre tendance, soignée et accessible à tous pour aménager, décorer et prendre soin de toute la maison. Aujourd'hui, notre enseigne possède 35 magasins en France et un e-shop.

Usually located on the outskirts of town centres, Fabrique de Styles stores showcase a wide range of homeware brands that do not yet have much of a presence in out-of-town shopping centres. The stores highlight brand expertise in their dedicated corner spaces: furniture, decoration items, fresh plants, lighting, fine food, well-being and gifts among other things. The idea is to offer partner brands a space to showcase their know-how and also to offer customers the opportunity to explore a high-quality differentiating range of products all under one roof on the edges of large towns.

The stores are designed as XXL concept stores and cover, on average, an area of 800 to 1 200 m². They also have a huge furniture space thanks to a catalogue listing over 3000 furniture items, including a 100% customisable Made in France sofa offering.

With a network of over 25 stores all across France, Fabrique de Styles is keen to make shopping easier for its customers and to ensure that these beautiful brands are accessible to as many as possible.

BRINGING NEW CONSUMER HABITS TO THE PUBLIC

The concept's origins lie in the drive to promote and highlight French and European brands that have a history, a specialist skillset, and a know-how that is widely recognised. The CEO of Fabrique de Styles, Quentin Forzy, set up the company after noting that people these days are tired of seeing the same low table and the same armchair everywhere they go. Shoppers want high-quality products that are truly original, that also articulate people's wish to stand out from the crowd, and now it turns out that such items – with a strong identity that are ahead of the pack – can be found among French and European brands. So we decided to open a place that brings under one roof all the things we like, and all the things we would like to highlight. Our stores and our marketing are designed to deliver a customer experience that is original, a surprise to some, and an inspiration for all.

On the back of a decoration business background going back a number of years, we launched the store in 2018 as a kind of department store for the whole home. Our sales staff highlight and make accessible attractive French and European brands that feature great know-how, expertise, and have a story to tell. We are keen to introduce new consumption habits to the domain through an offering comprising 30% products that are made in France, and 15% made in Europe. It is an offering that is on-trend, thoughtfully put together, and accessible to all who are interested in arranging, decorating and caring for the entire home. Our brand now has 35 stores in France, and one e-shop.



Aurélie Cazaux Maleville, directrice développement de Fabrique de Styles

DES PRODUITS UNIQUES ET RÉGULIÈREMENT RENOUVELÉS

La force de Fabrique de Styles réside également dans son offre de produits originaux, souvent pionniers dans leur domaine. Avec plus d'une centaine de marques partenaires, la diversité est au rendez-vous. Cette sélection est fréquemment renouvelée, garantissant aux clients une découverte constante à chaque visite. Les produits proposés sont choisis avec soin pour leur esthétique, leur qualité et leur histoire, offrant ainsi une proposition alternative aux enseignes standardisées.

Opinel, Fermob, Durance ou encore Moulin Roty : ces marques sont connues et appréciées du grand public, mais il n'est pas toujours facile de les dénicher. Chez Fabrique de Styles, nous mettons en lumière des marques reconnues pour la qualité de leurs produits. Un seul critère pour notre service achat : créer des partenariats de long terme avec des marques qui inspirent les intérieurs, et qui sont bien souvent à l'origine des tendances. Fabrique de Styles ne se limite pas à la décoration : nous nous intéressons à tout ce qui peut inspirer notre quotidien, de l'épicerie inventive aux cosmétiques green, en passant par les plantes fraîches...

PRODUCTS THAT ARE UNIQUE, AND REGULARLY REFRESHED

The strength of Fabrique de Styles also lies in its offering of original products that tend to be pioneers in their field. Diversity is certainly the theme here, with over a hundred partner brands. The selection is refreshed on a regular basis, guaranteeing the customer a constant discovery experience every time they visit. Products for sale are carefully selected for their aesthetic value, their high quality, and their story – thereby offering something quite different to the standard store.

Opinel, Fermob, Durance and also Moulin Roty: these brands are known and enjoyed by the general public – but it is not always easy to track them down. Here at Fabrique de Styles, we shine a light on brands that are acclaimed for the high quality of their products. Our buying service has a single criterion: to establish long-term partnerships with brands that inspire interiors and that are often at the origin of a trend.

Fabrique de Styles does not restrict itself to decoration, either – we are interested in anything and everything that can inspire our daily lives including novel fine foods, green cosmetics, and fresh plants.

We are careful to select brands that are pioneers in their domain. An example is The Line, who create imaginative silhouette wall decorations, and also Le Comptoir de Mathilde who are always coming up with new food preparations.

We now have over a hundred brands showcased in store, each one with a comprehensive offering so that they can enjoy good visibility and articulate their identity. The offering represents over 20 000 available pieces that are refreshed on a regular basis to surprise and delight the customer every time they come back.

THAT EXTRA SOMETHING

When a brand hits our shelves, it is first and foremost because it was appealing to our buying service for its expertise, its creativity, its manufacturing process, or its origins. When a brand is stocked, it is in any case because at some point one of our buyers wanted it there and then – and that is the key element: we want to transcribe to our stores that moment of falling in love with something – to transmit that to our sales staff, and then to pass that on to our customers.

BLENDING INSPIRATION BRANDS WITH GREAT CUSTOMER EXPERIENCE: THE WINNING FORMULA OF FABRIQUE DE STYLES

As a space structured into distinct product universes, the store makes it easy for people to browse while also nurturing inspiration. The customer experience is all about brand diversity, product originality, and personalised support – and every visit is designed to be a discovery route in which the layout, presentation and signage act as signals that naturally point towards product selection, rendering the shopping experience a fluid and immersive one.

Nous prenons soin de sélectionner des marques pionnières dans leurs domaines. Par exemple, The Line qui façonne des décorations murales comme des silhouettes poétiques ou encore Le Comptoir de Mathilde qui invente sans cesse de nouvelles recettes.

Ce sont aujourd'hui plus d'une centaine de marques qui s'expriment dans le magasin, avec pour chacune une offre complète lui permettant d'être visible et de véhiculer son identité. L'offre représente plus de 20 000 références disponibles, fréquemment renouvelées pour surprendre et séduire le client à chacune de ses visites.

LE "TRUC" EN PLUS

Si une marque se retrouve dans nos rayons, c'est tout d'abord parce qu'elle a su séduire notre service achat par son expertise, sa créativité, son procédé de fabrication ou son origine. Dans tous les cas, si la marque est référencée, c'est qu'elle a un moment donné, été le coup de cœur de nos équipes d'acheteurs. Et c'est la clé : c'est ce coup de cœur que nous devons traduire dans nos magasins, transmettre à nos conseillers vendeurs, donc ensuite à nos clients.

UNE IDENTITÉ PROPRE À CHACUNE DES ZONES DU MAGASIN

Fabrique de Styles ne se contente pas d'être une enseigne de décoration et d'aménagement d'intérieur : c'est une véritable invitation au voyage au cœur des tendances et de la créativité. Dès l'entrée en magasin, le ton est donné : originalité, qualité et inspiration sont au rendez-vous. Chaque espace est pensé pour offrir davantage qu'une simple expérience d'achat : c'est une plongée dans l'univers de la décoration et du lifestyle.

UN CONCEPT-STORE XXL AU SERVICE DE LA DÉCOUVERTE

Avec plus de 20 000 références sélectionnées, Fabrique de Styles propose un parcours client immersif et structuré en cinq zones distinctes : Le Saisonnier : une vitrine en perpétuel mouvement qui met en avant les dernières tendances au meilleur prix. Cet espace est pensé comme un laboratoire des tendances, où les nouveautés sont présentées avec créativité et audace. L'objectif est d'inviter les clients à découvrir des produits innovants et originaux, tout en bénéficiant de tarifs attractifs. Les Styles : un espace d'inspiration où chaque univers déco trouve sa place. Les clients peuvent y explorer des ambiances variées, du style bohème chic au vintage moderne, en passant par l'industriel et le scandinave. Chaque style est mis en scène pour permettre aux visiteurs de se projeter facilement dans leur propre intérieur.



A SPECIFIC IDENTITY TO EACH ZONE IN THE STORE

Fabrique de Styles is not content with just being an interior homeware and decoration store – it is actually a genuine invitation to journey into the heart of creativity and trends. The tone is set as soon as you walk through the door: originality, quality and inspiration are evident right from the start. Every space is designed to offer more than just a purchasing experience – it is a deep dive into the universe of decoration and lifestyle.

AN XXL CONCEPT STORE THAT IS ALL ABOUT DISCOVERY

With over 20 000 selected items, Fabrique de Styles offers shoppers an immersive customer pathway structured into five distinct zones:

Seasonal : an ever-changing shop window that showcases the latest trends at the best prices. The space is designed to act as a trends laboratory where novelties are presented with a dash of flair and boldness. The objective is to invite customers to explore original and innovative products while also benefiting from attractive prices.

Styles : an inspiration space where every decoration universe has a place. Customers come here to explore a variety of ambiances including Bohemian chic, modern vintage, industrial, and Scandinavian. Every style is presented to make it easy for shoppers to picture themselves in their own interior.

Universes : to kit out the entire home including kitchen, well-being, plants and cosmetics. This zone brings together all day-to-day products in one place, with a smattering of originality. This is where you'll find items for the table, elegant textiles, innovative kitchen accessories, and decoration objects that make all the difference.

Furniture : a mix of personalisation and suggestions with an extended range, featuring also customisable sofas that are made in France. This section highlights French and European know-how, with furniture pieces that marry aesthetics with functionality. The offering is completed by a personalisation service where customers get to design furnishing that suits their tastes and needs.

Escapism Corner : a zone dedicated to on-trend, playful things for customers to gift to themselves, and to enjoy. The space is designed as a playground for lovers of wonderful things. The area is packed with original and often exclusive gift ideas suitable for all ages and all budgets. Every space is designed to surprise and delight by highlighting French and European brands that are experts in their domain. The thoughtful layout and the creative presentations underpin that sense of ongoing discovery, rendering each experience a unique one.

A 'JUST LIKE HOME' MINDSET

The layout of Fabrique de Styles stores takes on the codes of town-centre stores: chevron flooring, wood and metal furnishing, and industrial-style lighting. The ambiance is welcoming and offers customers a 'just like home' experience - and a natural relaxing touch is enhanced by plants around the place ranging from miniatures to XXL formats. The carefully considered environment creates a welcoming atmosphere that is conducive to browsing and exploration.

Nothing is left to chance when it comes to decoration details: every element contributes to the creation of a coherent and welcoming universe. Customers are encouraged to take their time, to explore the different areas, and to draw inspiration from the presentations and then design their own interior. Careful attention is paid to the aesthetics and the ambiance, making every store a genuine living space.

Customers are invited to explore and discover brands far beyond the product itself throughout the pathway, which is punctuated by store signage: point-of-sale devices highlight products that are made in France and made in Europe, and wooden easels describe a brand's origins and little-known information on the manufacturing element. We take great care to guide people to a brand's expertise and know-how and to point people to making those discoveries.



Les univers : pour équiper toute la maison, de la cuisine au bien-être, en passant par les plantes et la cosmétique. Cette zone rassemble des produits du quotidien avec une touche d'originalité. On y retrouve des articles pour la table, des textiles raffinés, des accessoires de cuisine innovants et des objets de décoration qui font la différence.

Le meuble : un mélange de conseil et de personnalisation avec une gamme étendue, dont des canapés made in France personnalisables. Ce secteur met à l'honneur le savoir-faire français et européen, avec des pièces de mobilier qui allient esthétique et fonctionnalité. L'offre est complétée par un service de personnalisation permettant aux clients de concevoir des meubles adaptés à leurs besoins et à leurs goûts.

Le Corner Evasion : une zone dédiée aux objets ludiques et tendances, pour se faire plaisir ou offrir. Cet espace est conçu comme un terrain de jeu pour les amateurs de belles choses. On y trouve des idées cadeaux originales et souvent exclusives, pour tous les âges et tous les budgets. Chaque espace est pensé pour surprendre et séduire, en valorisant des marques françaises et européennes expertes dans leur domaine. L'agencement soigné et les mises en scène créatives renforcent cette sensation de découverte permanente pour faire de chaque visite une expérience unique.

UN ESPRIT « COMME À LA MAISON »

L'aménagement des magasins Fabrique de Styles reprend les codes des boutiques de centre-ville : parquet en chevrons, mobilier en bois et métal, suspensions industrielles, etc. L'ambiance est chaleureuse, offrant aux clients une expérience "comme à la maison". De plus, la présence de plantes, allant des miniatures aux formats XXL, ajoute une touche naturelle et relaxante au concept. Cet environnement étudié favorise une atmosphère conviviale, propice à la flânerie et à la découverte.

Les détails de décoration ne sont pas laissés au hasard : chaque élément contribue à créer un univers cohérent et accueillant. Les clients sont invités à prendre leur temps, à explorer les différents univers et à s'inspirer des mises en scène pour imaginer leur propre intérieur. Cette attention portée à l'esthétique et à l'ambiance fait de chaque magasin un véritable lieu de vie.

Tout au long du parcours, le client est invité à découvrir les marques, bien au-delà du produit. En effet, un balisage magasin jalonne le parcours : PLV mettant en avant les produits made in France, made in Europe, chevalet en bois décrivant l'origine et les secrets de fabrication de la marque... Nous prenons soin de guider et faire découvrir l'expertise et le savoir-faire de celle-ci.

UN CONSEIL CLIENT COCONSTRUIT AVEC LES MARQUES PARTENAIRES

Chez Fabrique de Styles, l'humain est au cœur de l'expérience. Les conseillers-vendeurs sont régulièrement formés aux produits par les marques elles-mêmes. Rien de tel que la visite des commerciaux pour transmettre aux équipes les secrets de fabrication, expliquer l'origine et les avantages d'une matière, montrer le bon usage d'un produit. Cette expertise transmise par la marque elle-même sera ensuite présentée à nos clients. A ce moment-là, ce n'est plus de la vente pour de la vente, mais bel et bien du conseil client. Ce savoir-faire transmis par nos partenaires donne à nos équipes en magasin de vraies compétences et un rôle d'ambassadeur. Prenons l'exemple de la marque Cookut qui occupe une large place dans notre rayon cuisine, et que nos clients apprécient. Cette entreprise à mission a pour objectif le "cuisiner maison" : c'est dire non aux excès de l'industrie agro-alimentaire en sélectionnant des ingrédients bons pour la santé et de saison d'une agriculture raisonnée. En créant des ustensiles de cuisine joyeux, Cookut incite le plus grand nombre à retrouver le plaisir de "cuisiner maison", de mettre la main à la pâte, sans robots électroniques ni ustensiles complexes et polluants. Leur savoir-faire et leur valeur ajoutée sont expliqués aux clients par le discours des vendeurs, mais également par une signalétique et des outils d'aide à la vente (PLV, fiches marques, étiquettes mentionnant l'origine des produits), propres à l'enseigne afin



Nous mettons la main à la
pâte pour vous !

Lares Blechwarenfabrikation GmbH - Felix-Wankel-Str. 7 -
74915 Waibstadt - Allemagne
info@lares-gmbh.de

de guider efficacement le consommateur dans son acte d'achat. Autre exemple avec notre offre de canapé Made in France 100% personnalisables qui est l'une des zones clés de notre espace meuble. Cet espace est clairement un espace de coconception qui permet au client d'imaginer avec nos conseillers vendeurs le canapé de ses rêves : pour cet espace, stratégique pour l'enseigne, nous nous sommes alliés à l'un fournisseurs de renom, qui produit, dans ses usines à Bourges, des modèles créés spécialement pour l'enseigne. Proposer aux clients une centaine de tissus et coloris, de choisir les pieds de leur choix, ou encore le type de couchage nous permet de proposer un service sur-mesure, et 100% made in France. C'est ce qui fait la différence.

DEVENIR UNE DESTINATION SHOPPING INCONTOURNABLE

En alliant une offre produit pointue, une mise en scène soignée et un accompagnement personnalisé, Fabrique de Styles redéfinit les standards de l'expérience client. Plus qu'un magasin, c'est un lieu de vie, de partage et d'inspiration, où chaque visite devient une aventure sensorielle. Cette approche innovante et humaine fait de Fabrique de Styles bien plus qu'une simple enseigne de décoration mais une destination shopping incontournable pour les amateurs de belles choses et de nouveautés. ●



CUSTOMER ADVICE THAT IS CO-CONSTRUCTED WITH PARTNER BRANDS

At the heart of the customer experience here at Fabrique de Styles is the human element. Advisor-sales staff are given regular product training by the brands themselves – and there is nothing like a visit from a brand's sales team to communicate how something should be used, or explain the benefits and origins of a material and talk about the little-known aspects of its manufacture. That know-how passed on by the brand itself is then presented to customers, and at that point the process is no longer about selling for the sake of selling but is rather about providing customer advice – the expertise handed on by our partners means that our in-store teams gain real skills in their roles as ambassadors. A good example of that is Cookut, who have a prominent presence on our cookware shelves. Customers like the brand, whose mission is to get people doing 'home-cooking': in other words, turn their backs on agri-food industry excesses by opting for ingredients that are good for people's health, are seasonal, and are sourced from sound agricultural methods. By creating joyous cookware, Cookut encourages as many people as possible to find enjoyment in cooking at home – in sinking their hands into dough without recourse to electronic devices or complicated, polluting utensils. Cookut's expertise and added value are explained to customers via the seller's discourse as well as via labelling and point-of-sale tools (advertising at the point of sale, brand product information, and labels referencing the products' origins) that are the store's own tools, thus providing effective support to the consumer during the purchasing act.

Another example of that is the 100% Made in France sofa that is customisable: one of the key zones of our furniture space. This area is a clear co-design space in which customers get to design the sofa of their dreams, together with our sales advisors. The space is a strategic one for the store, and we got together with a highly-acclaimed supplier who makes pieces specially for the store at their Bourges factory. It makes all the difference to be able to offer customers the opportunity to select from a hundred or so fabrics and colours and choose their own sofa foot style and the kind of stuffing they want, thereby offering a 100% Made in France customisation service.

BECOMING A KEY SHOPPING DESTINATION

Fabrique de Styles is truly redefining customer experience standards by bringing together a sophisticated product offering with well-designed presentation and personalised support – more than just a store, it is a space for living, sharing and getting inspiration, where every visit is a sensory adventure. The innovative, human-scale approach of Fabrique de Styles makes it so much more than a decoration shop – this is a key shopping destination for those that love beautiful things and that love to explore new ideas. ●



KOTAI.

KOTAI
固体

Tranchant japonais, robustesse occidentale.

Le meilleur des deux mondes.

**Nouvelle collection Densho,
fabriquée à la main au Japon.**

KOTAI comble le fossé
entre l'art de la coutellerie
traditionnelle asiatique et
occidentale.

Léger, précis et ultra
tranchant comme un
couteaux japonais ;
inoxidable, robuste et
facile à entretenir comme
un couteau allemand.
Le tout garanti à vie.

Pourquoi choisir ?



Vous avez une boutique et
souhaitez devenir revendeur ?
Contactez-nous via
business@kotaikitchen.com

Disponible sur www.kotaikitchen.com et chez nos revendeurs certifiés.