

# Sommaire

<b>Avant-propos</b> .....	9
<b>Préface d'Alain Boutigny</b> .....	11
<b>Introduction</b> .....	15
<b>Chapitre 1 – Un peu d'histoire</b> .....	19
Les prémices de l'architecture commerciale .....	20
La naissance des temples de la consommation .....	21
Années 1930 : une nouvelle forme de commerce .....	25
Les premiers pas de la grande distribution .....	25
La distribution aujourd'hui : immédiateté et convivialité ....	28
<b>Chapitre 2 – L'architecture commerciale aujourd'hui</b> .....	33
Architecture commerciale et design d'environnement : définitions .....	33
L'architecture commerciale à l'ordre du jour .....	35
<b>Chapitre 3 – Un concept de point de vente : c'est quoi ?</b> .....	45
Concept de point de vente : une idée avant tout ! .....	45
Ne pas confondre création de concept et « coup » décoratif .....	49
Pourquoi créer un concept ? .....	53

<b>Chapitre 4 – Créer un concept : quand ?</b> .....	59
Le cycle de vie du point de vente .....	59
Ne me laissez pas vieillir ! .....	63
<b>Chapitre 5 – Comment trouver l'idée en plus ?</b> .....	71
Répondre à un besoin ou à un manque .....	71
Des idées, des valeurs, une mission .....	79
Quel concept pour quelle enseigne ? .....	84
Des lieux et des enseignes .....	89
<b>Chapitre 6 – Les clés d'un concept efficace</b> .....	93
Donner envie .....	93
Place à la simplicité .....	100
Anticiper demain .....	104
Les dix « S » du success store .....	105
<b>Chapitre 7 – Combien coûte un concept de point de vente ?</b> .....	107
Soyons précis ! .....	107
<b>Chapitre 8 – Les différentes phases pour créer un concept</b> .....	113
Le « qui fait quoi ? » .....	113
Comment ? Déroulé de concrétisation d'un projet de concept .....	116
<b>Chapitre 9 – Les différents éléments d'un concept</b> .....	123
L'extérieur du magasin .....	123
L'intérieur du magasin .....	128
L'empire des sens .....	133
<b>Chapitre 10 – Faites vivre votre point de vente</b> .....	141
Le b.a.-ba : la publicité sur le lieu de vente .....	141
Animer son point de vente .....	144

Des animations et des services qui font partie du concept même .....	146
Des vendeurs qui incarnent la mission de l'enseigne .....	149
<b>Annexes</b>	
La foire aux questions .....	152
Quelques magazines .....	152
Quelques sites Internet .....	153
Quelques adresses .....	153
Quelques manifestations .....	154
<b>Bibliographie</b> .....	155
<b>Index des noms propres, entreprises, institutions et marques</b> .....	157
<b>Remerciements</b> .....	160