

# UN CONCEPT STORE-TO-WEB

LE CLUB FRANÇAIS DU VIN, PROPRIÉTÉ DU GROUPE ADVINI, EST UN PURE PLAYER NÉGOCIANT SUR INTERNET ET SUR ABONNEMENT DEPUIS 40 ANS. EN JUIN DERNIER, SA PREMIÈRE BOUTIQUE A OUVERT SES PORTES RUE VIVIENNE À PARIS DANS UN IMMEUBLE CLASSÉ. L'AGENCE GENEROUS A EU EN CHARGE SON AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR. CELLE-CI A FAIT APPEL À L'ENTREPRISE WANZL SPÉCIALISÉE DANS L'AGENCEMENT, LE MOBILIER ET LES ÉQUIPEMENTS POUR MAGASINS. LEUR COLLABORATION DATE DEPUIS DE LONGUES ANNÉES.

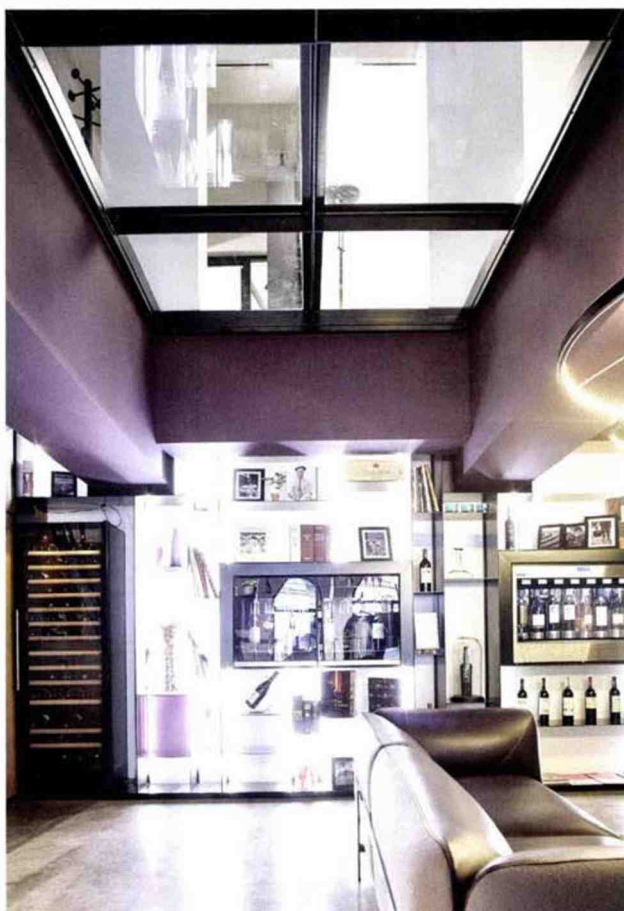
Le magasin devait être le lien entre les métiers traditionnels de la vigne et les nouvelles technologies, ADN du Club. Un parcours d'expériences et de découvertes pour une clientèle urbaine CSP+ a été créé.

L'ambiance est chaleureuse et contemporaine. La superficie est de 544 m<sup>2</sup> sur cinq niveaux. L'espace est ouvert au public mais également privatisable pour des événements.

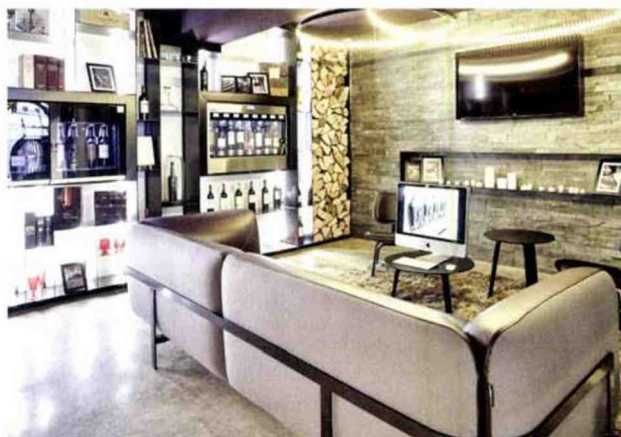
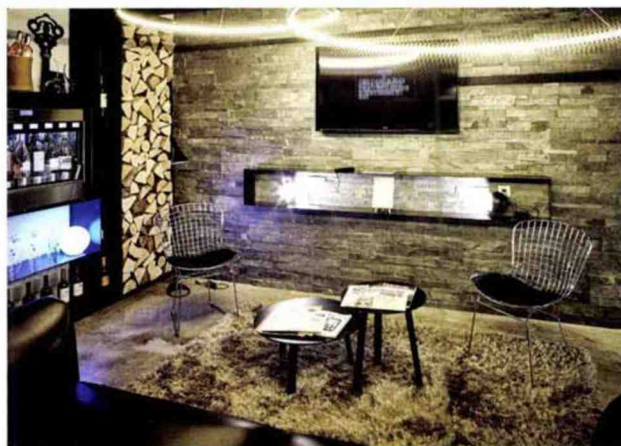
Le parti pris architectural a été de répartir les entités par étage. C'est un clin d'œil au site web.

Le rez-de-chaussée (76 m<sup>2</sup>) est comparé à la page d'accueil du web. Les visiteurs sont accueillis par des sommeliers et retrouvent les sélections du Club exposées dans deux meubles visibles de la vitrine extérieure. Un écran mosaïque présente les domaines sur quatre parties. Il renforce la volonté du groupe de développer l'oenotourisme. Une vitrine dotée d'un écran interactif permet de découvrir une offre même après la fermeture de la boutique.

Le premier sous-sol (90 m<sup>2</sup>) est l'espace privatisable et modulable. Un grand comptoir brut et surdimensionné accueille jusqu'à 20 personnes et un œnologue.



otos : © Gunther Vicente



Le niveau - 2 (la cave de 112 m<sup>2</sup>) est réservé au stockage et fermé au public. On y propose aussi des dégustations.

Au premier étage, sous forme de mezzanine, se trouve le Cercle, un espace réservé aux membres du Club. Il est cosy et séparé du rez-de-chaussée par un moucharabieh en métal qui permet d'entreposer des bouteilles.

L'agencement des différentes zones est entre tradition et modernité. Le concept store plonge le visiteur dans l'univers des



grands domaines au cœur de la capitale et met à l'honneur le vin. Le mobilier sur-mesure de Wanzl en bois, métal et matériau composite conçu avec l'agence Generous accentue l'atmosphère viticole qui représente parfaitement la marque en constante évolution mais en conservant ses racines.

Le concept du Club Français du Vin est un succès et fait partie des lauréats du Janus du commerce 2015/2016.

