

Un show-room dans un ancien dépôt de foin

Texte et photos **Philipp Schwarz**

Traduction

Cet article a déjà été publié en allemand et en italien le 13 août 2010.

Angela et Filippo Genovese dirigent leur entreprise de peinture «Genovese» à Breganzona-Lugano. Un peu à l'écart de la ville se trouve le show-room. Le bâtiment agricole rénové propose à leurs clients de nombreuses idées colorées pour l'embellissement de leurs pièces et de leurs façades.

Il est étonnant que ni la vaste encyclopédie en ligne Wikipedia ni le dictionnaire de la langue allemande Duden ne définissent le terme «show-room». On pense spontanément à des grands locaux stériles, très bien climatisés, avec beaucoup de verre et de lumière. Ce sont surtout les fabricants d'automobiles qui tiennent ce genre de locaux bénéficiant souvent d'une situation idéale en centre-ville. Rares sont pourtant les entreprises de plâtrerie ou de peinture avec des locaux de vente et

d'exposition d'une telle surface. La raison est vite trouvée: un show-room n'apporte pas obligatoirement une valeur ajoutée et, de toute manière, il faut toujours se rendre sur place chez le client pour bien le conseiller, c'est ce que pensent, tout au moins, les entrepreneurs plâtriers-peintres.

Pleins les yeux et pleins les oreilles

Un show-room n'apporte-t-il vraiment pas de valeur ajoutée dans la pratique? Applica a cherché des réponses à cette

Présentation appétissante des pigments de couleurs minérales: 100 grammes de pigments extraits de la terre ou obtenus par combustion coûtent entre quelques et plusieurs centaines de francs.



question et les a trouvées dans le Tessin. C'est ici que travaille le couple Angela (46 ans) et Filippo Genovese (maître-peintre, 49 ans). Ces parents de trois enfants dirigent depuis 1989 leur entreprise de peinture «Genovese» avec cinq collaborateurs qualifiés et deux apprentis. Les rôles des époux sont clairement définis: lui est responsable du domaine technique et elle du domaine administratif. Leur rayon d'activité s'étend des simples travaux aux projets exigeants.

Le siège de leur société se trouve dans la Via Lucino 1 à Breganzona-Lugano. On y trouve également un petit magasin. Il est rangé et ordonné. Cependant, il paraît sobre. C'est tout sauf exceptionnel. Mais, Angela Genovese précise aussitôt: «Le vrai show-room se trouve à l'extérieur de Lugano, venez avec nous», lance-t-elle au rédacteur. Nous partons donc ensemble sur une route principale à forte circulation qui mène à la campagne. Après trois kilomètres environ, nous empruntons un chemin de terre poussiéreux. Là, nous nous arrêtons devant une grande ferme «rustico» entourée de nombreux arbustes et arbres. On entend le chant typique des grillons «cri-cri». Il est également possible d'apercevoir des lézards qui rasant la façade.

Propagande régionale du bouche à oreille

Le panneau «Casa del Colore» indique clairement qu'il s'agit d'un bâtiment particulier. Filippo Genovese nous souhaite la bienvenue devant une grande porte de grange. Il nous emmène directement dans le grand show-room. Le local est peint dans une très belle couleur crème et bénéficie d'une surface



Le catalogue des échantillons de l'entreprise de peinture Genovese paraît aussi bien soigné que le show-room.

d'environ 90 m². Au centre du toit, sa hauteur atteint jusqu'à six mètres. Le mariage réussi des couleurs frappe tout de suite à l'œil. Elles se présentent sous forme de pigments de couleurs, ouverts et disponibles dans des pots et des sacs. Bleu, rouge, jaune, violet, rouge, cramoisi: on y trouve presque toutes les couleurs. Elles sont également présentées sur les murs et sur des plateaux fixés sur des supports spécialement conçus à cet effet. Ainsi, le client peut non seulement toucher et palper, mais aussi sentir par lui-même. Cela permet de se rendre compte des remarquables possibilités offertes par les peintures et les matériaux. Cependant, on n'y trouve pas de peintures chimiques. «J'attache une grande importance aux peintures naturelles», souligne Filippo Genovese. Il s'agit-là, avec le grand choix, d'un autre concept de vente important du show-room, qui profite d'un bon bouche à oreille auprès des clients régionaux.

En raison de l'offre importante dans ce show-room, il arrive parfois que des clients en visite changent leurs projets d'origine et se décident même à passer une commande inhabituelle. Quelles en sont les répercussions financières? «L'objectif majeur n'est pas d'augmenter notre chiffre d'affaires. Il s'agit plutôt de relever continuellement des nouveaux défis.» Mais, bien sûr, l'entre-

«Zoom sur»: le show-room

Concevoir le quotidien de son entreprise autrement, mieux et plus efficacement que la concurrence, n'est-ce pas le vœu de chacun? La série applica «Zoom sur» présente des membres de l'ASEPP qui ont réussi ce défi. L'article a pour but d'inciter les entrepreneurs à réfléchir sur le sujet présenté. Peut-être en résultera-t-il des nouvelles solutions intéressantes? Et vous? Est-ce que dans votre entreprise, vous faites aussi des choses autrement, mieux et plus efficacement que les autres? N'hésitez pas à vous adresser à la rédaction d'applica.



Angela et Filippo Genovese dirigent leur propre entreprise de peinture «Genovese» depuis 1989.

cela n'est pas mon objectif», affirme Filippo Genovese.

Le show-room n'était pas prévu

Comment sont-ils arrivés à ce show-room? «Nous recherchions depuis des années dans la région de Lugano des locaux d'une surface suffisante pour assurer le stockage de nos échafaudages et d'autres matériels. C'est par le biais d'une annonce que nous avons appris l'existence de ce bâtiment». Au départ, c'était une simple étable avec un grand dépôt de foin. «L'intérieur ne faisait pas très soigné», ajoutent les époux en riant. En 1995,

prise effectue aussi des travaux de routine pour des écoles ou des régions immobilières. Pour augmenter considérablement son chiffre d'affaires, le couple devrait, bien entendu, embaucher plus de personnel. «Ainsi, on s'occupe automatiquement plus de l'organisation administrative de l'entreprise. Mais,



Sur une surface d'environ 90 m², les clients de l'entreprise de peinture «Genovese» peuvent voir, toucher, palper et sentir des couleurs.

après deux ans de recherche vaine, ils ont décidé de passer à l'acte en achetant le bien. Ils savaient alors déjà qu'ils disposeraient d'un espace plus grand que nécessaire. C'est ainsi que germa l'idée de réaliser un show-room, se souvient Angela Genovese: «Nous n'avions jamais autant de place en centre-ville.»

Il a fallu beaucoup de travaux préliminaires avant de pouvoir aménager le show-room. Filippo Genovese à ce propos: «A de nombreux endroits, il y avait des trous dans le sol. Les fenêtres, le toit et les murs enduits de chaux ne payaient pas de mine.» C'est pourquoi ils ont dû investir beaucoup de travail et d'argent dans la rénovation. Les frais de matériel à eux seuls s'élevaient à environ 20'000 francs. Mais, il y a longtemps que les investissements ont porté leurs fruits. C'est ce que Filippo et Angela Genovese ne cessent de constater: «Quand nous essayons d'expliquer l'emplacement de notre



Bienvenue à la «Casa del Colore».

show-room à des clients intéressés, la plupart d'entre eux savent d'emblée où il se trouve. On entend alors des phrases comme: «Ah, il s'agit de cette ferme très bien située? Il nous arrive souvent de passer devant ce rustico.»

«Votre plus belle expérience avec le show-room? «Il y en a plusieurs. Il est toutefois toujours agréable de voir des clients trouver ici des choses qu'ils n'arrivent pas encore à s'imaginer exactement», précisent-ils unanimement. ■



Qui penserait découvrir un show-room dans cette belle ferme «rustico»? Le bâtiment se trouve au bord d'une route principale à forte circulation qui mène à Lugano. Il est bordé d'une prairie ainsi que de nombreux arbustes et arbres.



Les locaux commerciaux de l'entreprise de peinture Genovese se trouvent dans la Via Lucino 1 à Breganzona-Lugano.

Voici comment réaliser votre show-room

- Développer un concept élaboré et des objectifs. «Il faut se poser plusieurs questions avant de réaliser un tel local», explique Filippo Genovese. En voici quelques-unes: Quel est l'effet recherché auprès des clients nouveaux et existants? Comment puis-je me démarquer de la concurrence régionale? Sous quelle forme se présente la niche que je pourrais couvrir de manière impressionnante avec ce local?
- Prévoir assez de temps de préparation: Filippo Genovese sait par sa propre expérience que la réalisation d'un show-room avec un caractère individuel nécessite mûre réflexion: «Il faut donner du temps aux idées, et c'est pourquoi il serait imprudent de planifier un local et, avec un brin d'exagération, de communiquer aux clients la date d'ouverture déjà pendant la phase de planification.»
- Il faut avoir une bonne dose de passion: «La réalisation et l'entretien d'un show-room intéressant nécessitent beaucoup d'engagement et d'effort. Et cela ne se reflète pas directement dans les chiffres», explique Filippo Genovese. Il faut toujours en avoir conscience et être prêt à s'investir dans un projet à long terme.
- Penser à l'infrastructure: Un show-room attrayant doit être ouvert à des heures régulières avec du personnel, même lorsqu'il ne s'agit que de deux à trois heures par jour, précise Filippo Genovese.