

RAYON AQUARIOPHILIE

DES AQUARIUMS COMME À LA MAISON

À l'heure du commerce digital, l'aquariophilie peut plus aisément démontrer toute son attractivité sur les surfaces de vente. La fascination qu'elle exerce sur le grand public passe par la présence d'aquariums de démonstration, témoins du savoir-faire du magasin. Par É. L.

Une télévision se vend plus facilement allumée qu'éteinte, et le principe vaut également pour les aquariums, plus attractifs quand ils sont proposés avec des décors et mis en eau avec des poissons et des plantes. Pourtant, les aquariums

sont encore souvent proposés à la vente nus, alors qu'une mise en situation dans les magasins les rend nettement plus attractifs.

Les décors, pour rêver

« Pour vendre un aquarium dans un magasin, il faut essayer de faire

en sorte que le client se projette chez lui. Il faut donc lui donner des idées, le faire rêver », conseille André de Meester, directeur général d'Aquatlantis France. La marque vient de sortir une gamme de décors de multiples formes, tailles et coloris, avec des emballages

spécifiques pour chacun d'eux. Si le magasin n'a pas l'expertise nécessaire ou simplement pas le temps d'installer et de maintenir des aquariums de démonstration en eau sur sa surface de vente, il peut mettre en avant des aquariums dynamisés par une simple



Des aquariums de démonstration de la marque BiOrb au sein du pop-up store Truffaut de Boulogne-Billancourt (92).



Une mise en situation avec une décoration sèche d'un aquarium de grande taille, chez Aqualantis.



Un aquarium de démonstration de gros volume chez Ruinemans Aquarium & L.



Une mise en eau harmonieuse avec roches, sable et poissons, chez Defish Aquariums.



Mise en eau d'un bac récifal chez Red Sea Europe.

décoration sèche à base de sables, de roches, de bois ou d'autres décors tels que des posters de fond extérieurs, des fonds en relief ou encore des reproductions de navires ou de monuments, par exemple, qui pourront séduire la plus jeune clientèle. Les sables constituent un élément important du décor de l'aquarium. Ils sont proposés dans différents coloris et dimensions de grains. « Le choix de la couleur du sable est important pour un aquarium. Il doit s'adapter à la couleur des poissons pour mieux les faire ressortir », souligne Raphaël



Un bac d'aquascaping mis en eau, chez Dennerle.

Girard, directeur général de la maison Haegel, importateur, acclimatateur et distributeur de poissons exotiques. Un sol clair rend l'aquarium plus lumineux alors qu'un substrat noir fait davantage ressortir le vert des plantes. Pour favoriser la vente de ses petits aquariums de décoration Wiha et Jalaya, Zolux a conçu un mobilier spécifique, prêt à vendre, permettant de réaliser une mise en avant dynamique. Ce corner d'aquariophilie réunit les bacs déco de la gamme, ses plantes artificielles, les sables, mais aussi les filtres et les cache-filtres décoratifs. Il permet également au client de tester l'éclairage à LED des aquariums. « Ce mobilier de mise en situation des aquariums avec tous leurs accessoires



Un îlot de vente avec aquariums de démonstration, plantes et sable pour les petits bacs Wiha et Jalaya de Zolux.



Une décoration sèche pleine de couleurs, chez Ciano Aquarium.

et décors nous a permis de réaliser de très bonnes ventes », souligne Sébastien Verquin, directeur des ventes de Zolux.

L'expertise du magasin

La mise en scène d'un aquarium dans un magasin permet de démontrer son expertise. C'est pourquoi le point de vente qui décide de mettre en eau un ou plusieurs aquariums de démonstration doit le faire de façon qualitative, en utilisant toutes ses compétences. Et s'ils se doivent de dépayser les clients et de les faire rêver grâce à un choix harmonieux de poissons, de plantes et de décors, ces aquariums sont également des outils pédagogiques qui servent à expliquer tous les paramètres de l'eau et le fonctionnement du cycle d'un tel équipement, dont le bon maintien, au quotidien, est indispensable. Et le client sera, bien évidemment, moins réceptif aux conseils du vendeur devant un bac négligé.

Cette mise en eau ne s'effectuera pas nécessairement avec des poissons difficiles à maintenir, puisque de petits poissons exotiques, de maintenance facile, séduiront d'autant plus la clientèle débutante. En effet, les combattants, les gouramis, danios, les néons, les

cardinalis, les guppys, les platys, les plécos... sont les espèces qui constituent le 20/80* des ventes de poissons des magasins spécialisés et permettent de réaliser des aquariums de démonstration qui valent le détour. Ces dispositifs peuvent être implantés au sein de la batterie de vente du magasin, ce qui facilite leur entretien. Ils peuvent également être installés à l'extérieur de cette batterie, une méthode qui a le mérite de permettre de présenter aux clients des aquariums en situation domestique, comme à la maison. Si le magasin dispose d'un espace suffisant, il peut placer l'équipement au sein d'un espace de détente et l'agrémenter d'une table et de quelques sièges ou d'un canapé, son parcours sur la surface de vente n'en sera que plus agréable. Les poissons ont démontré à maintes reprises leurs vertus relaxantes et apaisantes. C'est pourquoi, dans une jardinerie, cet espace détente ne doit pas obligatoirement se situer au sein du rayon aquariophilie. Il peut aussi trouver aisément sa place dans un univers comme le végétal. Les possibilités sont multiples. ■

* Le 20/80 est un principe de la distribution, basé sur la loi de Pareto, selon lequel 80 % du chiffre d'affaires est réalisé par 20 % des clients (ou, comme ici, 20 % des espèces).