

## Brother déploie un nouveau concept de merchandising

**Pour accompagner sa croissance sur le marché grand public, Brother, constructeur de solutions d'impression, déploie un dispositif de merchandising auprès de l'ensemble de ses partenaires de la distribution grand public. Il s'agit du plus important investissement en termes d'optimisation commerciale de la surface de vente jamais réalisé par la marque.**

### Un dispositif personnalisé à chaque typologie de point de vente

Brother souhaite mieux fidéliser ses clients en leur offrant davantage d'offres marketing personnalisés et d'outils d'aide à la vente. Les points de vente commercialisant les différentes gammes de produits Brother se distinguent les uns des autres et ont des besoins en PLV différents. C'est pourquoi la marque déploie tous ses moyens pour répondre à toute typologie de distributeur. Dans chacun des points de vente, un commercial Brother assure un rôle de conseil pour intégrer la PLV adéquate en fonction des caractéristiques commerciales du point de vente, et gère intégralement son implantation.

Au total, ce sont plus de 500 points de vente qui ont été équipés parmi lesquels Surcouf, Auchan, Calipage ou encore Hyperburo.

Brother a ainsi réalisé des éléments résistants, simples à installer, modulaires pour s'adapter à tous les espaces de vente, et évolutifs pour mettre à jour l'information en fonction de l'actualité de la marque.

Ce dispositif se compose d'une panoplie complète d'éléments :

- drapeaux et séparateurs pour signaler et segmenter le périmètre Brother
- enseignes lumineuses pour orienter le consommateur
- socles lumineux pour théâtraliser l'offre
- écrans vidéos pour interpeler le consommateur
- lutrins pour informer
- supports spécifiques aux consommables pour faciliter le repérage des références.



« Ce programme de merchandising illustre l'un des points forts de Brother : notre proximité avec nos partenaires distributeurs. » indique Didier Delfino, directeur de la Business Unit Retail chez Brother France.

## Une PLV innovante pour se différencier

Sur le marché très concurrentiel des solutions d'impression, Brother s'appuie sur la forte implication de son réseau de partenaires afin de développer de nouveaux relais de croissance. La marque souhaite optimiser l'espace dédié à ses produits dans les linéaires.

Au-delà de la volonté de renforcer la visibilité des produits sur les linéaires, le déploiement de ce dispositif merchandising répond aux attentes des consommateurs, qui souhaitent aujourd'hui être mieux guidés dans les linéaires de plus en plus étendus.

*« Notre but au travers de ce dispositif est de faire émerger la marque du rayon, mais surtout de relayer l'identité Brother, à savoir une marque high tech proche de ses utilisateurs. »* commente Sybille Durif, Responsable Marketing Retail *« Ces éléments de PLV doivent permettre aux consommateurs de se diriger dans l'univers Brother et d'aller du produit jusqu'aux consommables en passant par les services, les promotions, les nouveautés. »*

### À propos de Brother

Brother, groupe de dimension mondiale, créé en 1908, développe des produits et des solutions d'impression innovantes basés sur des technologies propriétaires (laser monochrome / couleur et jet d'encre). Deuxième constructeur en Europe sur l'ensemble du marché des solutions d'impressions laser (imprimantes et multifonctions), Brother a réussi une entrée remarquable sur le marché grand public des imprimantes multifonction jet d'encre. Reconnu pour la qualité et la fiabilité de ses produits, Brother est aujourd'hui un acteur majeur sur le marché des imprimantes multifonction. [www.brother.fr](http://www.brother.fr)

### Pour toute information complémentaire vous pouvez contacter :

#### Fleishman-Hillard

Rosa Tomé  
T : 01 47 42 92 79  
[tomer@fleishmaneuropa.com](mailto:tomer@fleishmaneuropa.com)

Kerstin Stallmann  
T: 01 47 42 48 16  
[kerstin.stallmann@fleishmaneuropa.com](mailto:kerstin.stallmann@fleishmaneuropa.com)

#### Brother France

Charlotte Lischer  
Relations Presse  
T : 01 49 90 61 71  
[clischer@brother.fr](mailto:clischer@brother.fr)