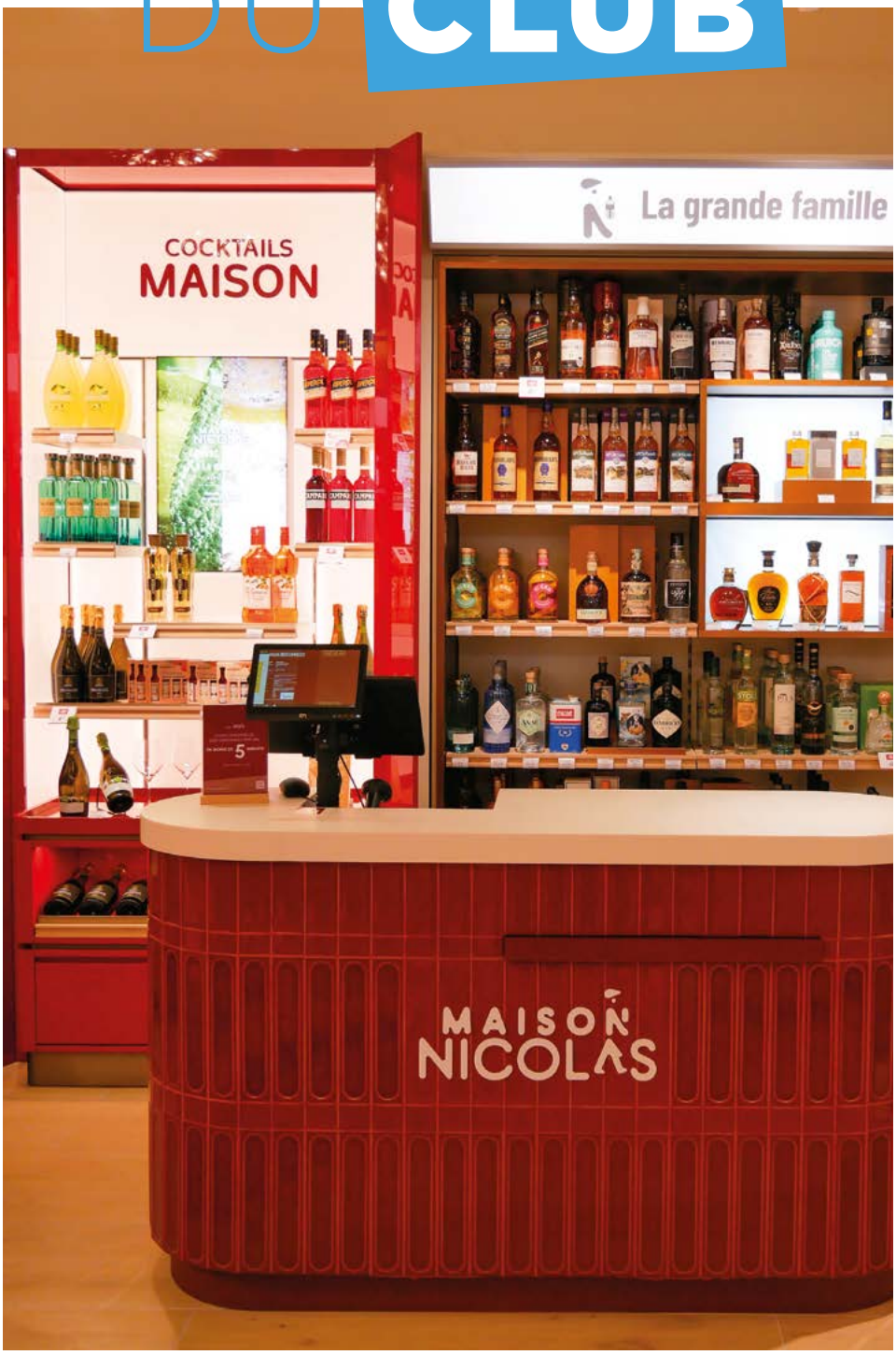
LA LETTRE DU CLUB



MAISON NICOLAS INCARNER LA CONVIVIALITÉ

#296 NOVEMBRE 2026

LE CLUB ENSEIGNE & INNOVATION VOUS ÉCLAIRE

LE CLUB ENSEIGNE & INNOVATION VOUS INFORME

LE CLUB ENSEIGNE & INNOVATION VOUS ENRICHIT

LE CLUB ENSEIGNE & INNOVATION VOUS ACCOMPAGNE

LE sommaire

Sommaire | Le Club | L'Équipe du Club 2

Interview Ludovic Codazzi 3

Concept Maison Nicolas 4 > 5

Concept Boulanger 6 > 7

Ceux qui cherchent | Les ouvertures 8

Actualités Monoprix 9

Les membres actifs | 10
Carnet d'adresses | Agenda 10

Les membres associés 11

Club enseigne & innovation

Le **Club Enseigne & Innovation** est le Club des responsables travaux, chefs de projets, directeurs techniques, concept ou d'agencement des enseignes de la distribution.

- Une philosophie : partager pour progresser, échanger des expériences, se transmettre de l'information, échanger des données pour maîtriser les coûts.
- Un but : capitaliser sur l'humain et le dynamisme de ce secteur, fédérer tous les professionnels de l'architecture commerciale.

Lieu privilégié pour évoquer des problématiques de mise en œuvre, développer des solutions techniques, mener une réflexion, ouvrir son carnet d'adresses... le Club offre à ses adhérents un cadre professionnel et convivial tourné vers l'innovation, l'efficacité et le partage d'expériences.

L'ÉQUIPE DU CLUB

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président Éric Mangematin
Vice-président Xavier Larroque
Vice-président Benoît Schneider
Trésorier Xavier Larroque
Secrétaire général Thierry Barroux
Olivier Bascop
Stéphane Bouffard
Andrea Guidetti
Sophie Melon
Valéry-Jean Philippe

COMMISSIONS

Commission Briques d'Or
Sophie Melon / Andrea Guidetti
Commission Communication
Andrea Guidetti / Stéphane Malval
Commission les « Elles » du Club
Olivier Fiquet / Déborah Jost
Julia Ysenbaert
Commissions Formations
Olivier Bascop / Stéphane Bouffard
Valéry-Jean Philippe
Commissions Partenariats et Relations Extérieures
Luc Dol / Éric Mangematin
Commission Recrutement Membres Associés
Eric Mangematin / Xavier Larroque
Benoît Schneider
Commission Recrutement Membres Actifs
Pilip Lazic / Gabriela Santos Pascoal
Commission Salon
Ludovic Fauré / Thomas Rolando
Commission Soirées et Évènements
Thierry Barroux / Annabelle Tissot

COORDINATION

Stéphanie Campagne
Cécile Mourdie
Ophélie Pénot

COORDONNÉES DU CLUB

Club Enseigne & Innovation c/o Sinzille Communication
119 rue Stéphane Pitard - 37000 Tours
tél. 01 87 66 20 40 / contact@club-enseigne-innovation.fr / www.club-enseigne-innovation.fr

LUDOVIC Codazzi

Directeur Concept Visual Merchandising & Communication Retail PETIT BATEAU

COMMENT DÉVELOPPER UNE MARQUE HISTORIQUE AVEC SUCCÈS ? LES RÉPONSES DE LUDOVIC CODAZZI !

Pouvez-vous nous présenter votre enseigne ? Comment est organisé votre service ?

Petit Bateau est une marque française iconique, forte de plus de 130 ans d'histoire, avec un savoir-faire textile et une qualité reconnus, une usine à Troyes et une présence internationale. Notre enjeu est de faire vivre cet héritage tout en projetant la marque dans son époque. Le retail y joue un rôle majeur. Une boutique, c'est pour moi l'expression la plus forte, la plus complète et la plus concrète d'une marque. Je dirige le Concept, l'Architecture, le Visual Merchandising et la Communication Retail au sein de la Direction de la Marque. Une équipe d'une quinzaine d'experts du retail qui intervient sur l'ensemble de la conception, de sa création à son déploiement international.

Quel est votre parcours professionnel ? Et comment définiriez-vous votre fonction aujourd'hui ?

Je viens de la création. Formé à Gobelins Paris, j'ai commencé comme DA junior avant d'évoluer vers la communication, l'identité de marque, puis le retail et la direction de projets de transformation internationaux, notamment durant de nombreuses années chez Yves Rocher, avant de rejoindre Petit Bateau. Aujourd'hui, je définirais moins ma fonction par un métier que par une mission : contribuer avec passion à transformer et à révéler une marque unique via le canal retail. Cela nécessite de conjuguer vision et exécution : une stratégie claire, des plans d'actions concrets, les bons KPI et surtout de la constance. Une transformation fonctionne lorsque l'organisation partage une direction claire et inspirante.

Avez-vous engagé des actions spécifiques pour améliorer la performance environnementale de vos points de vente ?

Oui, avec une conviction forte : performance environnementale et performance économique ne doivent pas être opposées. La circularité commence à la table du designer. Il faut concevoir un mobilier pour qu'il dure, soit maintenable, réparable, démontable, réutilisable et suffisamment modulaire pour accompagner des besoins futurs que l'on n'a parfois pas encore identifiés. Il faut également questionner les matériaux, le colisage et le réemploi. Le meilleur équipement n'est pas nécessairement celui que l'on recycle : c'est parfois celui que l'on ne remplace pas, que l'on fait durer ou que l'on utilise différemment. Cette approche a aussi une réalité économique : prolonger la durée de vie, standardiser ou réemployer permet de mieux maîtriser les investissements.

Vous multipliez les ouvertures à l'international ; ces projets s'organisent-ils différemment de ceux dans l'Hexagone ?

Notre approche est d'abord celle du déploiement iso. Un concept international doit intégrer les contraintes des différents marchés dès le brief et dès sa conception, précisément pour éviter de le réinterpréter à chaque ouverture. Certains marchés présentent évidemment des réalités retail très différentes. C'est là qu'intervient l'élasticité du concept : sa capacité à passer du XXS au XXL, de l'économique au premium, du corner au flagship ou au free-standing, sans jamais perdre son identité et sa cohérence. L'adaptation doit donc être anticipée et maîtrisée, comme avec notre concept Héritage. Enfin, l'international nécessite des outils garantissant la bonne compréhension et l'exécution du concept. Nous fournissons notamment un outil extrêmement simple : une « valise d'échantillons de matériaux » afin d'assurer le bon sourcing local et la cohérence de nos boutiques, où qu'elles soient dans le monde.

Quels sont selon vous les points incontournables pour un point de vente réussi ?

Pour moi, il doit cocher trois cases : exprimer la marque, donner envie du produit et générer de la performance. Tout le reste doit être à leur service. Je crois aussi beaucoup à la simplicité. Le magasin n'est pas là pour démontrer la créativité du concept : il est là pour mettre la marque et le produit en valeur. Parcours évident, offre lisible, merchandising désirable : le design rend l'ensemble cohérent, sans jamais prendre le dessus. Enfin, l'exécution est fondamentale. On peut avoir la meilleure stratégie et le meilleur concept, s'ils ne sont pas parfaitement exécutés, ils perdent une grande partie de leur efficacité. La qualité se joue dans les détails, mais surtout dans la constance avec laquelle les standards sont appliqués durablement à l'échelle d'un réseau.

Vous êtes membre du Club Enseigne & Innovation depuis peu, qu'y avez-vous trouvé ?

Ce que je recherchais : du partage et de la confrontation d'expériences. Nos entreprises sont différentes, mais nous partageons souvent les mêmes problématiques. J'apprécie ces échanges entre pairs, très concrets, où l'on partage simplement. Dans des environnements de plus en plus complexes, je crois beaucoup à cette intelligence collective. L'innovation ne consiste pas uniquement à inventer quelque chose de nouveau ; elle consiste aussi à regarder différemment un problème ou une situation que nous pensions déjà connaître et à nous aider à faire ce fameux et si important « pas de côté ».

Maison Nicolas

INCARNER LA CONVIVIALITÉ

MAISON NICOLAS DÉVOILE SON NOUVEAU CONCEPT MAGASIN À SAINT-OUEN.

Ce concept, conçu et réalisé avec l'agende Malherbe, vise d'abord à mieux répondre aux tendances de consommation. L'offre de vin rouge est réduite, tandis que les catégories vins blancs, bières, cocktails, sans alcool et épicerie augmentent, avec des brèches dédiées. Le magasin donne également une place à de nouveaux formats en croissance : cocktails ready-to-drink en canettes, magnum et demi-bouteilles de vin, bib… Enfin, il accompagne le virage de la diversification, avec des linéaires dédiés à une offre de chocolat et de café.

Pour renforcer l'expérience client, ce concept Maison Nicolas intègre également de nouveaux services. Un engagement très fort est pris sur le « Frais Maison » et l'espace « Coffrets et autres idées cadeaux », avec des meubles de rupture qui s'inscrivent désormais dans les caves. Après le partenariat Swarovski autour de la personnalisation, l'enseigne va plus loin en proposant également la gravure laser à même la bouteille, grâce à son partenaire DWS.

En lien avec la nouvelle signature de marque « Source de convivialité depuis 1822 », ce concept a été pensé comme un lieu chaleureux et accueillant. Une table centrale est à ce titre présente au cœur du magasin, ainsi qu'un comptoir et des tabourets. Ce mobilier, inspiré de l'univers de la maison, invite les clients à s'installer, déguster un produit, échanger avec l'hôte caviste.

Pour accompagner le virage expérientiel, ce concept vient interagir avec tous les sens.
- La vue, avec un casque de réalité virtuelle Apple Vision Pro, qui permet de se projeter dans les domaines à travers des films immersifs.
- L'odorat, avec un parfum signature désormais diffusé dans toutes les caves Maison Nicolas.
- L'ouïe, avec des capsules audio de la startup EKOO pour découvrir l'histoire des produits.

Ce concept fait d'abord référence au personnage de Nectar, livreur aux 32 bouteilles imaginé par Dansy en 1922, avec un lustre sur-mesure empruntant les mêmes codes. Plus globalement, l'enseigne renoue avec cette tradition de partenariats artistiques, en s'associant cette fois avec l'artiste Caroline Derveaux, qui a réalisé la fresque à l'intérieur et sur la devanture du magasin. Dans le cadre du déploiement, l'objectif sera de travailler avec des artistes locaux dès que possible pour l'ensemble du parc.

Parce que le caviste est le premier occupant du magasin, ce nouveau concept a été pensé pour apporter des améliorations significatives à son cadre de travail. Tous les meubles sont ainsi équipés de roulettes, afin de faciliter le transport et le déplacement des produits dans le magasin. Une phase de test s'ouvre avec cette première ouverture, située au 13 bis, cour des Lavandières, à Saint-Ouen. Le magasin est ouvert au public depuis le vendredi 26 juin. Le concept sera ensuite déployé à l'ensemble du parc selon trois niveaux : full, medium et light. L'objectif est d'atteindre 100% du parc transformé à l'horizon 2030.

« *Nous avons voulu bâtir ce concept de manière très conviviale, expérientielle et innovante, autour de l'idée de Maison. Il s'agit d'un levier essentiel, à l'heure où nous voulons recruter +5% de nouveaux clients par an et où 98% de notre activité repose sur les magasins physiques* » Cathy Collart Geiger, Directrice générale de Maison Nicolas.

Maison Nicolas
13 bis cour des Lavandières
93400 Saint-Ouen-sur-Seine

Ils ont participé à ce projet :
TRATO : Éclairage
EURECLA : Films solaires (boutique de Houilles)

Boulanger
LE MAGASIN AUGMENTÉ

BOULANGER RÉINVENTE L'EXPÉRIENCE EN MAGASIN AVEC SON NOUVEAU CONCEPT.

Boulanger dévoile à Villeneuve d'Ascq la première étape d'un concept magasin repensé. Une évolution qui ambitionne de mieux valoriser les usages, l'accompagnement et les services déjà au cœur de son modèle, en les rendant plus visibles, plus lisibles et plus accessibles.

À l'heure où le rôle du commerce physique est régulièrement questionné, Boulanger fait le choix d'investir dans la refonte de son parc de magasins durant les deux prochaines années. Les deux premiers magasins à en bénéficier sont ceux de Villeneuve d'Ascq, inauguré à la rentrée et de Gennevilliers, courant octobre. Le parcours client est simplifié autour d'une logique de circuit court, pour optimiser le temps des clients en magasin. Parmi les services déployés pour y répondre, le Click & Collect et les caisses en libre-service permettent de rendre l'expérience plus intuitive et plus rapide.
Pensée comme un premier signal de services, la visibilité est donnée dès la façade et le parking à l'ensemble des prestations de l'enseigne telles que le SAV, la réparation, la livraison ou le Click & Collect en 30 min. Ils sont aussi

accessibles directement dès l'entrée du magasin grâce à un pôle dédié, facilement identifiable.

Le concept affirme la conviction omnicanale de Boulanger : le magasin et le digital se complètent, le second venant augmenter le premier. Concrètement, en magasin, l'approche digitale s'intègre dans l'expérience grâce à des QR codes et des étiquettes 100 % numériques, qui enrichissent l'information disponible en rayon. Ils permettent au client d'accéder plus facilement aux caractéristiques produits, aux informations de réparabilité, aux promotions ou à l'offre disponible (en magasin ou en ligne). Cette approche fait du magasin un lieu interactif, où les outils digitaux nourrissent la découverte des produits et permettent une plus grande fluidité entre le point de vente, l'application et le site. Enfin, le Click & Collect en 30 minutes, déjà testé dans certains magasins et appelé à se généraliser, illustre cette logique de magasin augmenté : un point d'ancrage de proximité, connecté à l'ensemble de l'offre et des services Boulanger. Ce service sera également complété par des lockers directement intégrés à la façade pour faciliter leur usage.

Certains espaces sont conçus pour permettre aux clients de tester les produits en "conditions réelles". Parmi les exemples intégrés au concept : un corner gaming et un espace de test autour du home cinéma et du son. Parmi les axes de développement de l'enseigne, la Seconde Vie est également davantage valorisée en magasin, avec une signalétique dédiée et une couleur identitaire associée à la circularité. Dans cet espace, les clients pourront proposer leurs appareils au rachat ou découvrir directement en rayon des offres produits de seconde main. Dans chaque univers, des panneaux pédagogiques sont mis à disposition des clients afin de faciliter la réflexion et la prise de décision.

Un concept pensé avec et pour les collaborateurs : « *À travers cette évolution de nos magasins, nous faisons un choix clair : faire du magasin la vitrine incarnée de tous nos services, de la réparation au conseil expert. Le digital doit simplifier la vie, mais c'est l'humain qui crée la confiance. C'est tout le sens de cette évolution, pensée pour être immédiatement utile à nos clients et valorisante pour nos collaborateurs* » Grégoire Rousseau, Directeur Retail chez Boulanger.

Ils ont participé à ce projet :
TRATO : Éclairage
FRANCE DÉCORS : Mobilier corner auditorium mobiliers additionnels

Boulanger
1 avenue de l'Avenir
59650 Villeneuve-d'Ascq

CEUX QUI CHERCHENT

ETAM recherche un/une

RESPONSABLE MAINTENANCE & SERVICES GÉNÉRAUX GROUPE

Missions
- Pilotage de la maintenance
- Exploitation et services généraux du siège
- Gestion technique et conformité réglementaire
- Gestion des prestataires et des contrats
- Gestion des budgets annuels maintenance et services généraux
- Management des équipes maintenance et services généraux

Profil
- Formation supérieure Bac +4/5 dans les domaines du bâtiment, de la maintenance, du facility management ou de l'immobilier
- Expérience confirmée d'au moins 8 ans dans des fonctions similaires
- Une expérience dans un contexte international constitue un réel atout
- Anglais professionnel permettant d'échanger avec les partenaires et équipes internationales

Adressez votre candidature à
https://urls.fr/E-F2ND

STARBUCKS recherche un/une

RESPONSABLE MAINTENANCE F/M/X

Missions
- Gérer la planification des opérations de maintenance
- Gérer et suivre nos prestataires et fournisseur·euse·s externes
- Optimiser les délais de réparation
- S'assurer de la conformité des commandes et des factures et veiller à leur règlement dans les délais impartis
- Gérer le budget de réparations et de maintenance du marché

Expérience
- Vous justifiez d'une expérience en gestion de la maintenance dans un environnement multi-sites
- Vous maîtrisez les procédures et outils de suivi de maintenance
- Une formation Bac+4/5 spécialisée dans le bâtiment et/ou l'architecture constitue un plus
- Ce poste nécessite une pratique courante de l'anglais, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit

Adressez votre candidature à
https://urls.fr/s_B21R

STARBUCKS recherche un/une

RESPONSABLE PROJET CONSTRUCTION F/M/X

Missions
- Vous planifiez les projets
- Vous assurez la gestion et le suivi des nouveaux travaux, des rénovations et des interventions nécessaires, ainsi que le pilotage des projets liés aux franchises
- Vous pilotez les prestataires et la maîtrise des coûts
- Vous réalisez des visites d'assistance technique et contribuez à l'optimisation des performances énergétiques des sites

Profil
- Vous êtes issu.e d'une formation supérieure (école d'architecture, d'ingénieur ou cursus universitaire)
- Vous justifiez d'une expérience réussie sur une fonction similaire
- Vous maîtrisez AutoCAD et possédez une sensibilité accrue pour la conception et la décoration

Adressez votre candidature à
https://urls.fr/1bvxk5

STARBUCKS recherche un/une

COORDINATEUR MAINTENANCE F/M/X

Missions
- Assurer un support au réseau opérationnel
- Suivi de notre GMAO quotidien
- Gérer la planification des maintenances
- Gérer la relation avec les prestataires/fournisseurs externes
- Effectuer le suivi des commandes et des factures

Expérience
- Vous disposez d'une première expérience réussie en lien avec la maintenance ou la gestion d'équipements.
- Vous êtes reconnu.e pour votre sens de l'organisation, vos capacités de planification et votre rigueur dans le suivi des procédures et des outils
- Compréhension et maîtrise d'Excel
- Anglais requis

Adressez votre candidature à
https://urls.fr/RnnnPm

LES OUVERTURES

AROMA ZONE
Amiens
Orléans
Annecy CCo Courier
Rénovation
Toulouse Capitole

CUIR CENTER
Rénovation
La Roche Sur Yon

EASY CASH
Dole
Houdemont
Arbent
Rénovation
Vineuil

LA CASA DE LAS CARCASAS
Caen Mondeville

MONOP
Paris 15ème

PALAIS DES THÉS
Saint Raphaël

PICARD
Gourdan Polignan
Le Soler
Romainville Paddock

SAINT MACLOU
Rénovation
Levallois Perret

STREETALIA
Paris 1er
Courbevoie

VILLEROY & BOCH
Stand El Corte Ingles Gaia (Portugal)
Stand El Corte Ingles Marbella (Espagne)
Rénovations
Bordeaux Les Grands Hommes
Cannes

Monoprix EST POP

MONOPRIX LANCE À AIX EN PROVENCE UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE COMMERCE URBAIN.

Monoprix ouvre un nouveau chapitre de son histoire. Cette transformation s'inscrit dans le plan stratégique Renouveau 2030 du groupe Casino. Elle traduit une ambition simple : réaffirmer la force d'une marque iconique, moderniser ses magasins, renforcer ses offres et proposer une expérience plus fluide et plus inspirante. Le magasin d'Aix-en-Provence Mirabeau en est l'une des premières incarnations concrètes.

Une marque pop et graphique
Cette nouvelle identité s'incarne visuellement. Monoprix fait évoluer son "apostrophe" et la rebaptise le POP. L'univers graphique s'enrichit de couleurs, de motifs et de codes visuels qui permettent à la marque d'être plus visible. Monoprix a également retravaillé une nouvelle identité sonore, plus chaleureuse, plus accueillante, qui sera diffusée dans l'ensemble de ses magasins.

Renforcer les fondamentaux
L'alimentaire est le cœur du modèle Monoprix. Mais dans un contexte de consommation plus contraint, Monoprix souhaite renforcer la lisibilité de son offre et améliorer sa compétitivité. Fruits et légumes, produits fraîchement découpés, fromages et métiers de bouche occupent davantage d'espace en magasin, recréant l'esprit d'une véritable place de marché.

Destination du quotidien
La Beauté est aujourd'hui devenue l'un des principaux moteurs de développement de Monoprix. À date, Monoprix compte 25 magasins au nouveau concept La Beauté, avec un objectif de 90 magasins d'ici 2030. Cette stratégie porte déjà ses fruits : les magasins rénovés enregistrent en moyenne 3 points de croissance supplémentaires sur la catégorie.

Des concepts modulables
La transformation de Monoprix s'incarne d'abord dans ses magasins. Monoprix engage un vaste programme de modernisation de son parc. Cette transformation s'appuie sur une logique modulaire. Tous les magasins n'ont pas vocation à être identiques. Cette logique permet d'intégrer progressivement les nouveaux concepts en fonction du potentiel de chaque magasin.

Première incarnation du nouveau Monoprix
Le magasin d'Aix-en-Provence Mirabeau rassemble aujourd'hui les principaux marqueurs de cette transformation. Le magasin a été pensé pour être plus lisible, plus fluide et plus inspirant. Les univers sont mieux identifiés. Les parcours sont simplifiés et participent à construire un magasin plus complet, plus vivant et plus adapté aux attentes des clients.

Monoprix
27 cours Mirabeau
13100 Aix-en-Provence

Ils ont participé à ce projet :
TRATO : Éclairage

LES MEMBRES DU CLUB

ACTIFS

Alix Anne THOM GROUP
Anel Adèle AROMA ZONE
Amar Radouane MARQUES AVENUE
Bascop Olivier ROCHE BOBOIS
Bassompierre-Sewrin Éric GEMO
Bazy Matthieu EASY CASH
Benkaroun Harris BIOGROUP
Bennasar Jérôme ORANGE STORE
Beres Alexandre CHILDREN WORLDWIDE FASHION
Besneux Jérôme LES MOUSQUETAIRES
Bevilacqua Isabelle ORANGE STORE
Boix Azahara LA CASA DE LAS CARCASAS
Bollengier Éric ARAMISAUTO.COM
Bollinger Thomas HUGO BOSS
Boucher Mylène SUBWAY
Boyer Pereira Mickaël MR BRICOLAGE
Broquet Anne COTELAC
Broussolle David
Castanet Gilles CULTURA
Chapuis Grégory NESPRESSO
Chappuis Michael DINH VAN
Charles Nicolas Géraldine ORANGE STORE
Chopin Jérôme GROUPE BEAUMANOIR
Codazzi Ludovic PETIT BATEAU
Collet Camille HUGO BOSS
Dacosta Castro Adrian PRIMAPRIX
D'amonville Bertrand
Dancer Ingrid CARRÉ BLANC
Da Rocha Frédéric THOM GROUP
Darrouzet Dorothée POKAWA
Debierre Renaud ORANGE STORE
Delbasserue Clémentine PALAIS DES THÉS
De Santis Antoine KIKO MILANO
Destribats Patrick
Dol Luc
Duret Manuel TASTER
Esseau Carine FREE
Étienne Carole NESPRESSO
Fauthoux Mélanie CULTURA
Fejzovit Refki NORAUTO
Francisco Carlos FITNESS PARK
Fusillier Véronique PROVALLIANCE
Gambier Camille CULTURA
Garrigue François MAAF ASSURANCES
Gerbaud Michael CULTURA
Ghazouani Mohamed ORANGE STORE
Gnemmi Frédéric GROUPE BERTRAND
Gonzalez Alberto PETIT BATEAU
Grindel Xavier MERCADIER
Guettier Claire MERCADIER
Guidetti Andrea ONIVERSE
Guillot Erika CARRÉ BLANC
Guillot Jean-François GROUPE GRANDVISION
Guillou Samuel GROUPE BEAUMANOIR
Haidy Sanaa PALAIS DES THÉS
Hébert Pascal ORANGE STORE
Hebuterne Éric GROUPEMENT DE L'AVENIR DU MEUBLE
Hernandez Cyril ETAM
Hochhuber Stéphane ORANGE STORE
Jeansoule Michael CROMOLOGY
Jovet Stéphane SYSTEME U
Juquel Laurent ORANGE STORE
Jurion Carole NESPRESSO
Kara Fatma ONIVERSE
Kareh Joe ONIVERSE
Kassam Dinesh ANIMALIS
Labordę Nathalie HEYTENS
Lafaye Éric NATURE & DÉCOUVERTES
Lalanne Franck FNAC DARTY
Lamour Laurie THOM GROUP
Laroud Naima ORANGE STORE
Larroque Xavier GLV DÉVELOPPEMENT
Laude Guy HUGO BOSS
Lazic Pilip ONIVERSE
Lestang Denis POINT P
Lhermitte Hélène AROMA ZONE
Linossier Éric ORANGE STORE
Loil Marie ORANGE STORE
Machado José POINT P
Maillard Florent
Malki Kenza HUGO BOSS
Malliet Gaëlle NATURE & DÉCOUVERTES
Manel Julien SAINT GOBAIN DISTRIBUTION FRANCE
Mangematin Éric JLL
Mansour Yves PICARD
Masson Karine DE NEUVILLE
Melon Sophie RITUALS
Minassian Raffi CABAÏA
Mir David GROUPE RAND
Montbobier Rémy PALAIS DES THÉS
Morgado Jorge CABAÏA
Nguedia Patrick NORMAL
Naud Céline DE NEUVILLE
Nojic Blanka B&M
Page Thériez Stéphanie LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL
Palluau Aurélie
Palluault Isabelle VILLAVERDE
Patouillard Demoriane Thomas LA BRIGADE
Pereira Paula HUGO BOSS
Pilton Franck SAINT-MACLOU
Pineau Ludovic COURIR
Pion Sonia ORANGE STORE
Printant Thierry ORANGE STORE
Proucelle Bruno VILLEROY & BOCH
Rajaud Luc LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL
Renaudeau Van Anh ORANGE STORE
Robuchon Lisa CABAÏA
Rolando Thomas CAFÉ JOYEUX
Rolland Frédéric LA CASA DE LAS CARCASAS
Rollant Agathe PETIT BATEAU
Rome Nicolas POINT P
Romer Samuel ORANGE STORE
Rooses Benjamin PICARD
Rubio Ophélie GROUPE CSP
Saint-Aubert Sébastien TAPE À L'OEIL
Santos Pascoal Gabriela ONIVERSE
Saubin Carole THOM GROUP
Saverimoutou Michaël SERGENT MAJOR
Savignac Agathe NESPRESSO
Schneider Benoît LA COMPAGNIE DU LIT
Sicsic Laura NORMAL
Slama Karine HOWDENS
Stella Richard
Stuchlik Sophie THOM GROUP
Tardivy Yoan HOWDENS
Tiron Lionel PROVALLIANCE
Tissot Annabelle LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL
Valente Christine POINT P
Valeri Raphaël PALAIS DES THÉS
Van Der Meersche Vanessa HUGO BOSS
Verdon Gaëtan POINT P
Vesque Patricia LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL
Veuthay Marine
Villemin Hervé CULTURA
Wesolowski Christophe LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL
Yauy Stéphane HUGO BOSS
Zablot Stéphane ORANGE STORE
Zouhair Bilale ARAMISAUTO.COM

CARNET D'ADRESSES

Climaticiens de France
Adlène DJAIECHE
Directeur Commercial
06 17 07 11 41
adlene.djaieche@climaticiens.net
32 rue Arago - 92800 Puteaux

HOLiGHT
LE SPÉCIALISTE DE VOTRE ÉCLAIRAGE
CONCEPTION & FABRICATION FRANCAISE
Pierre SAVIGNY
Associé - Directeur Commercial
+33 6 28 73 26 94 pierre.savigny@holight.com

L'AGENDA DU CLUB

- **2/11/2026** SOIRÉE DU CLUB
- **17/11/2026** LES ELLES DU CLUB
- **7/12/2026** SOIRÉE DE GALA
- **11/01/2027** SOIRÉE DU CLUB
- **1/02/2027** SOIRÉE DU CLUB
- **1/03/2027** SOIRÉE DU CLUB
- **5/04/2027** SOIRÉE DU CLUB

LES MEMBRES DU CLUB

ASSOCIÉS

Affichage dynamique
VEGA FRANCE Matthieu Fournié

Antivol - Contrôle d'accès
NEDAP Chantal Delagarde

Architecture - Design
AGENCE COSTA Steeve Jomaa
ARTEA Alexandre Ruelle
WATT DB Julia Ysenbaert

Bureaux de contrôle
APAVE Stéphane Malval
BUREAU VERITAS Valéry-Jean Philippe
SOCOTEC Jean-Michel Talazac

Bureaux d'études
Mise aux normes
NORMALL Fabien Louyet

Climatisation
Fabricant
ATLANTIC Thierry Barroux
HITACHI Yann Legrand
MITSUBISHI ELECTRIC Jérôme Damico
Installateur
ANVOLIA Olivier Mulvet
CLIMATICIENS DE FRANCE Adlène Djaieche
VITACLIM Stéphane Bouffard

Conseil
CREIEAA Jenny Rousseau
LUCA CONSULTING Arnaud Tragin

Covering mobilier
SOGEFAB Hervé Bédouet

Éclairage
Fabricant & bureaux d'études
ARISTIDE Éric Matignon
TRATO Thibaud Khouri
TRILUX RETAIL Arnaud Gourmez
Maintenance et rénovation éclairage
LUMINEM Virginie Van Den Driessche

Efficacité énergétique
Énergie management
OKSIGEN Yann Sellin
Fournisseur outils GTB
ICARE ÉNERGIE Olivier Fiquet
SMART & CONNECTIVE Clément Bamy

Façade
Portes
PORTALP Marc Fernal

Géomètres-experts
PANGEO CONSEIL Ludovic Fauré

Logiciels GMAO
BOB! DESK Hamza Hassoun
ELAN MAINTENANCE Etienne Kraeutler

Maintenance
ALLIANCE ÉNERGIES Audrey Couraud
ARMADA Georges Renaudeau
PRESTA MAINTENANCE Jean-François Piard

Maîtrise d'œuvre
AGOS Richard Marnas
GROUPE PAGÈS Mehdi Naciri
PATRIARCA Olivier Faura

Marketing sensoriel
DEEPIDOO Alexandre Assous

Matériels - Matériaux
BROADVIEW MATERIALS Marie-Océane Danhier
ROCKFON Thierry Garnier

Ménage - Vitrerie
NETYJI Aude De Lagarde

Mobilier
ABRANE Guillaume Pelletier
FAPEC Frédéric Heimendinger
FRANCE DÉCORS Erwan Delanoy

Nettoyage graffiti - Films adhésifs
EURECLA Nicolas Coquelin

Parcours client - Comptage
SHOPPERTRAK Cyrielle Rousselot

Protection incendie
EUROFEU Christophe Hoogewys

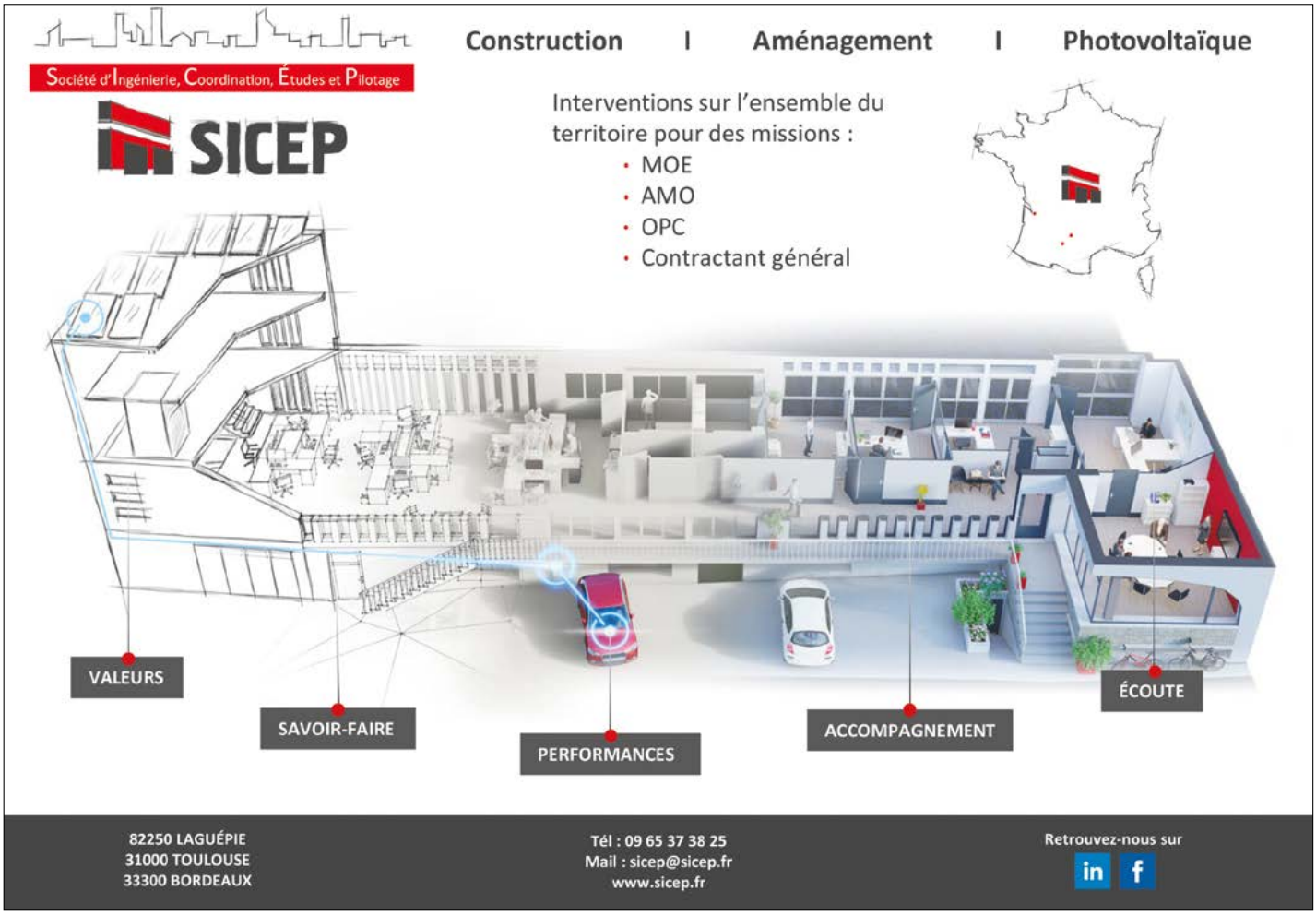
Revêtements de sol
Fabricant - Distributeur
GERFLOR Maxime Ollivier
POINT P Frédéric Candido

Rideau d'air chaud
TEDDINGTON Matthieu Chaigneau

Signalétique intérieure extérieure
GODEFROID Ludivine Janas
SIEL Déborah Jost
SOVILEC Grégory Peillon

Solutions solaires
Panneaux photovoltaïques
VITA ÉNERGIES Éric Wilmots
Éclairage Extérieur
FONROCHE LIGHTING Frédéric Magalhaes

Valorisation des déchets - Réemploi
MIKRO Gilles Lucas



L2A
AGENCEMENT
CONTRACTANT GÉNÉRAL
TCE & AGENCEUR

Bien plus qu’un logo sur une voile

Depuis 2022, nous sommes fiers d’avancer aux côtés de Lazare, qui fait vivre des colocations solidaires entre jeunes actifs et anciens sans-abri. Un engagement qui a du sens pour chacun d’entre nous et qui nous rassemble, au bureau comme en mer. Le 1er novembre, Erwan Le Draoulec s’élance de Saint-Malo à bord de l’Ocean Fifty Lazare pour la Route du Rhum. Nous sommes heureux de faire rayonner l’association sur cette course mythique.

Des engagements RSE concrets, mesurés et partagés

–20%
d’émissions d’ici 2030 (scopes 1, 2, 3)

35
tonnes de déchets valorisés

+7,4%
d’achats certifiés FSC / PEFC

96%
des collaborateurs en CDI

0
accident de travail

42 000€
euros de dons aux associations locales

PRO A LES PROFESSIONNELS DE L’AGENCEMENT
ecovadis 2024

L2A LYON
JEAN-FRANÇOIS RAMEL
JF.RAMEL@L2AEST.FR
06.51.84.15.48

Rockfon

FINESSE DU DESIGN. QUALITÉ ACOUSTIQUE.

Rockfon Canva® Panneau mural

Avec Rockfon Canva® Panneau mural, créez des espaces qui allient confort acoustique et esthétique unique.

Imaginez la liberté de personnaliser chaque projet grâce à des formats XXL ou des installations façon puzzle, parfaites pour répondre aux besoins de tous types d’espaces.

Simple à installer et modulable selon vos besoins, Rockfon Canva vous accompagne dans la création d’environnements inspirants et sur-mesure.

Découvrez les nouvelles possibilités.