



Lifestyle Display 'Stories' **offre une expérience unique du concept 'Carpet Your Life' dans les magasins**

Le **concept 'Carpet Your Life'** fait du choix d'un revêtement de sol doux une véritable expérience, l'expression d'une identité propre et d'un style de décoration d'intérieur personnel. Ce concept a été développé par AW, producteur de premier plan de moquettes. Afin de soutenir le concept 'Carpet Your Life' dans les magasins, AW présente un nouveau display : le **Lifestyle Display 'Stories'**.

Carpet Your Life

C'est une étude à propos de l'habitat contemporain et des styles de décoration d'intérieur inhérents pour le compte du Milan Lifestyle & Furniture Fair qui a inspiré à AW l'élaboration du concept 'Carpet Your Life'. Ce concept a été développé en étroite collaboration avec des 'trendwatchers' et des spécialistes en communication.

Au bout du compte, on distingue **5 styles d'intérieur** :

- Simple Life (nature, pureté)
- City Life (glamour, chic contemporain)
- Sweet Life (romantisme, sensibilité)
- Classic Life (élégance, nostalgie)
- World Life (exotisme, spiritualité)

A chaque style d'intérieur correspond un mélange particulier de différentes sortes de moquettes, et qui se base sur des caractéristiques spécifiques, comme la couleur, la composition, la qualité, la texture, le touché, etc.

Lifestyle Display 'Stories'

Pour prolonger le concept 'Carpet Your Life' dans les magasins, un 'Butterfly Display' spécial a été développé. La première version du display était en fait un grand "livre" sur un support dans lequel, des échantillons de tapis étaient présentés par lifestyle et par couleur, le tout complété par des porte-échantillon de tapis. Entre-temps, cette version du display devait cependant être renouvelée. D'où le développement du Lifestyle Display 'Stories', **élaboré selon des 'stories'**, histoires, au sein des lifestyles. Chaque double page du "livre" raconte une histoire propre ('mini-story') à l'aide de jolies illustrations éloquentes. Les images utilisées sont novatrices et jeunes, même quelque peu vintage. Les porte-échantillon de tapis complètent l'histoire. L'objectif du display est toujours de **faciliter le choix du tapis tant pour le vendeur du magasin que pour le consommateur** en fonction du style du client.

Erik Deporte, CEO de AW, explique : “Avec le Lifestyle Display ‘Stories’, nous essayons, à côté de nos groupes de clients habituels, pour la première fois également de nous adresser à un public plus jeune qui aménage une maison et retient le tapis comme choix de revêtement de sol. Le concept lifestyle doit les aider à opter plus rapidement et plus facilement pour ce tapis dans cette couleur qui leur convient le mieux. Nous sommes conscients que nous devons aborder ce groupe-cible plus jeune via un autre angle, en nous inspirant de leur langage imagé et de leur storytelling. C’est pourquoi, nos jeunes responsables du marketing ont développé un display avec des doubles pages qui racontent une histoire à l’aide d’échantillons de tapis spécifiques et de photos assorties.”

Entre-temps, le Lifestyle Display ‘Stories’, que l’on retrouvera bientôt dans des magasins en **Allemagne, France et Europe centrale** notamment, suscite déjà un intérêt international.

Share your story with AW

Outre l’expérience en magasin via le Lifestyle Display ‘Stories’, le consommateur a également la possibilité de partager ses propres expériences lifestyle via les médias sociaux. A cet effet, AW a également développé une propre page Facebook et Pinterest.

Partagez votre expérience lifestyle



<http://facebook.com/associatedweavers>



<http://pinterest.com/carpetyourlife>

Pour de plus amples informations :

AW

Karl Van der Spiegel

Tél. : +32 55 23 04 86

GSM : +32 491 34 07 11

E-mail : karl.van.der.spiegel@awe.be

Site web : www.carpetyourlife.com