

LES MÉTIERS DE LA CONSO

CHEF DÉCO



LES MÉTIERS DE LA CONSO

CHEF DECO

Laurent Lespré, 48 ans
Chef déco
Carrefour Dijon Toison d'Or



Laurent Lespré a intégré Carrefour Dijon en 1996, en parallèle à ses études d'histoire : un contrat étudiant en caisses les vendredis soir et samedis pour démarrer. Puis, parce qu'il détecte quelques capacités (euphémisme), le chef caisses lui propose de coordonner les animations et happenings à l'occasion de "Festimagic", l'opération événementielle de début d'année. En 2000, il rejoint le service déco qui était alors constitué de... 6 personnes ! Aujourd'hui, il en assume seul la responsabilité.

CHEF DÉCO, C'EST QUOI ?

De manière un peu résumée, c'est le décorateur d'intérieur de l'hyper ! Opérationnellement, c'est s'occuper de l'affichage, de la signalétique, de la théâtralisation de l'hyper et particulièrement dans le cadre des "grandes" OP : Noël, Pâques, Fête des mères, Rentrée des classes, Foire aux vins, etc. Il y a alors un double objectif de magnifier les produits et d'attirer l'œil des clients. Le tout en cohérence avec le plan de communication national de l'enseigne dont le chef déco est l'interface locale.

LA JOURNÉE-TYPE ?

Comme beaucoup, le chef déco est un matinal ! Début de journée à 5h30, jusqu'à 13h. Deux raisons : d'abord, l'hyper doit être prêt pour l'ouverture aux clients à 8h30 ; ensuite, pour poser les éléments d'affichage ou de décoration, j'utilise la nacelle. Et, sauf exception, pas question de la sortir en journée. Voilà pourquoi une partie des tâches sont à effectuer avant ouverture.

ET L'ORGANISATION D'UNE SEMAINE ?

Le début de semaine est charnière. Le lundi c'est à la fois la fin d'une phase et la préparation de la suivante avec le début des catalogues, souvent le mardi. Donc il faut à la fois ranger, recalculer et... mettre en place. Le reste de la semaine est mis à profit pour préparer les grandes "OP" (qui nécessitent souvent davantage d'anticipation) et puis, au fil de l'eau, la gestion de l'affichage, l'accompagnement des managers rayons dans leurs mises en avant, etc. Sur l'ensemble du magasin, ce sont des centaines de messages. Certains sont directement reçus depuis le "national" mais le chef déco a toujours mille sujets sur le feu. C'est aussi ce qui rend le métier passionnant.



Laurent Lespré et la dernière acquisition du magasin : **un traceur qui imprime à grande vitesse**. Son outil du quotidien.

"l'affichage à la mano". Alors je compense par la maîtrise des outils de création graphique. C'est pas mal aussi ce que l'on peut faire avec...

L'OUTIL PRINCIPAL D'UN CHEF DÉCO ?

J'en ai 2 ! D'abord, j'ai **une véritable caverne d'Ali-baba à ma disposition**. 200 m² en mezzanine dans la réserve de l'hyper où je stocke, j'empile, je conserve tout ce que je peux et qui, un jour, pourra resservir. Les éléments de déco fournis par le national pour une OP peuvent par exemple ressortir pour une autre animation. Pour ça, un peu de bricolage, de collage, de peinture et je peux leur donner une seconde vie. Ensuite, il y a évidemment le "traceur", le meilleur ami du chef déco : une imprimante qui permet d'imprimer en XXL. Ici 1,27 m de large sur toute la longueur que je veux.

PLUS RIEN "À LA MANO" DONC ?

Non ! Première raison : j'écris très mal. Et j'ai démarré ma carrière juste après les dernières formations à la calligraphie. Car, l'air de rien, ça s'apprend vraiment



Laurent Lespré dans ce qui est sa caverne d'Alibaba : le stock déco. Il jure s'y retrouver !

client. Ensuite, une forme de débrouillardise car **il faut faire des miracles avec des "bouts de ficelle"**, parfois au sens propre ! Et enfin un certain goût du commerce, parce qu'il ne s'agit pas de faire un musée mais un "hyper-marchand".

VOTRE "OP" PRÉFÉRÉE ?

J'en choisis 3. En premier lieu **Noël** parce que c'est quand même l'opération où le chef déco peut s'exprimer le plus, celle avec le niveau de préparation le plus important, bref celle où, normalement, le chef déco s'engage le plus. Ensuite, l'OP anniversaire parce qu'il y a toujours des thèmes originaux imaginés par le national et ça permet de varier les plaisirs par rapport aux opérations habituelles ! Ensuite Pâques, parce que c'est (un peu comme Noël d'ailleurs), une opération multi-rayons.

LES QUALITÉS D'UN CHEF DÉCO ?

Trois qualités qu'il faut combiner. La créativité et un minimum de goût parce qu'il faut être capable de capter l'œil du

EN 24 ANS DE DÉCO, L'OP LA PLUS MARQUANTE ?

Il y a déjà longtemps, c'était la première fois qu'on avait osé frapper aussi fort : **en allée centrale, on avait "déplanché" 22 éléments pour ne garder que la structure en hauteur et créer un espace dédié aux produits locaux.** 16 éléments d'un côté, 6 de l'autre, 4 mètres de hauteur, de la déco "aérienne", bref un impact visuel jamais vu !

ET LA DERNIÈRE ?

Toujours sur le thème des produits locaux mais de manière permanente cette fois. C'est **un corner placé sur l'entrée alimentaire de l'hyper avec des codes de boutique.** Là, la déco est clairement au service de la marchandise.



La boutique permanente
dédiée aux produits
de Bourgogne (sur l'une des 2
entrées de l'hyper)

