

## Merchandising :

### WATTS fait le plein de nouveaux outils pour dynamiser les points de vente

**Soucieux d'accompagner les négoce sanitaire et chauffage en matière de lisibilité et de clarification de son offre sur les points de vente, WATTS leur propose de nouveaux outils destinés à améliorer l'orientation des clients installateurs en rayons et ainsi faciliter leur acte d'achat.**

Pour optimiser la visibilité de son offre, en particulier celle de ses marques fortes, WATTS a imaginé :

- **un habillage de Libre-Service Négoce** facile à mettre en place qui s'adapte à toutes les configurations rencontrées sur les points de vente. Simple mais efficace, il dispose d'un modèle de fronton imprimé recto verso pour chacune des marques phares (Watts, Desbordes, Robifix, Sirius), de 2 porte-frontons magnétiques ajustables et d'une réglette d'habillage bande de prix au format standard (50 x 3 cm)
- **un box ROBIFIX®+** spécialement conçu pour se démarquer des linéaires classiques et mettre en avant la nouvelle version de cette solution incontournable de fixation murale de robinetterie sanitaire. Une attention particulière a été portée à sa conception. D'une grande robustesse, le box ROBIFIX®+ peut supporter jusqu'à 60 kg de produits répartis harmonieusement sur les 12 broches porte-étiquette de prix fournies (5 sachets maximum par broche). Il suffit au négoce de choisir librement parmi les 20 références à sa disposition et de les positionner à sa guise. Grâce au fronton attractif et aux joues informatives qui rappellent les avantages fondamentaux du produit, le repérage en magasin est d'autant plus rapide.



Avec cette initiative, WATTS espère fidéliser les installateurs et leur donner envie de tester d'autres versions de son système ROBIFIX®+.

En parallèle, WATTS a également procédé à une refonte de ses packagings pour l'ensemble de ses gammes notamment celles des marques Watts, Desbordes, SFR et Socla. Plus modernes, les nouveaux emballages adoptent la charte graphique du groupe WATTS Water Technologies et mettent en avant le produit. La partie centrale de couleur différente (vert, bleu, orange...) indique le modèle et crée ainsi un effet de gamme qui simplifie le repérage en magasin.