



Descriptif Technique

**MÉTIER N°44**

**VISUAL MERCHANDISING**

Traduit par :

Sylvie LABUSSIÈRE, Experte WorldSkills France

## TABLE DES MATIERES

1.	NOM ET DESCRIPTION DU MÉTIER.....	3
2.	CONNAISSANCES ET PORTÉE DU TRAVAIL.....	4
3.	LE SUJET D'ÉPREUVE .....	7
4.	NOTATION .....	9
5.	EXIGENCES DE SÉCURITÉ LIÉES AU MÉTIER.....	10
6.	ÉQUIPEMENTS ET MATERIAUX.....	10

# 1. NOM ET DESCRIPTION DU MÉTIER

## Le nom du métier est Visual Merchandising

### Description du métier :

Un merchandiseur visuel crée des vitrines et des présentoirs dans les boutiques et les grands magasins ; il est, à ce titre, essentiellement responsable du « look » du point de vente. Le merchandiseur visuel a pour mission d'optimiser les ventes en communiquant avec le public cible et en créant une atmosphère positive. Par le biais de ses conceptions, le merchandiseur visuel communique directement avec le public cible pour créer une impression positive qui contribue à l'optimisation des ventes de l'enseigne. Bien qu'il ne soit pas possible de mesurer précisément l'impact de l'attrait visuel réalisé par le merchandiseur visuel, il est reconnu qu'il constitue un élément de plus en plus important de la stratégie marketing-ventes d'un commerce de détail prospère.

Le merchandiseur visuel travaille dans des points de vente au détail appartenant à une même enseigne où il apporte un soutien majeur, et dans de petits magasins indépendants avec une part plus importante d'autonomie et de responsabilité. Les activités d'un merchandiseur visuel consistent à interpréter et étudier un cahier des charges, créer une « mise en scène » et l'installer en travaillant avec les produits et leurs accessoires.

Savoir organiser son travail et s'auto-gérer, avoir le sens de la communication et de solides qualités relationnelles, être en mesure de résoudre les problèmes, avoir une bonne capacité d'innovation et un esprit créatif sont les prérequis nécessaires pour développer des concepts originaux « accrocheurs » à l'effet « waouh » qui captent l'attention du consommateur, et dans lesquels chaque détail compte.

Le merchandiseur visuel peut travailler en équipe ou seul, selon la taille de l'entreprise. Dans les moyennes et grandes entreprises, ils travaillent en étroite collaboration avec les équipes marketing et commerciales. Quelle que soit l'organisation du travail, le merchandiseur visuel qualifié et expérimenté assume un haut niveau d'autonomie et de responsabilité personnelle. De la compréhension des objectifs et des cibles des services commerciaux et marketing, à la création d'un présentoir à l'effet « waouh », en passant par une bonne analyse du cahier des charges et du comportement des marchés cibles, chaque étape du processus de merchandising visuel compte et les présentoirs sont étroitement liés aux revenus des ventes.

**Le Visual Merchandiser est le garant de l'identité visuelle d'une marque ou d'une enseigne et doit contribuer à la bonne visibilité de l'offre à l'extérieur et à l'intérieur du point de vente.**

Avec la mondialisation de l'image visuelle et la mobilité internationale des personnes, le merchandiseur visuel fait face à des opportunités et des défis toujours plus grands. De nombreuses opportunités commerciales et internationales s'offrent aujourd'hui à un merchandiseur visuel talentueux ; elles nécessitent cependant de comprendre et de travailler avec différentes cultures, tendances et modes. La diversité et la transversalité des compétences associées au merchandising visuel va donc probablement se développer.

## Documents complémentaires

Le descriptif technique ne contient que des informations relatives au métier. Il doit donc être utilisé en association avec le règlement de la WorldSkills Compétition.

## 2. CONNAISSANCES ET PORTÉE DU TRAVAIL

Le Concours est une démonstration et une évaluation des compétences associées avec le métier en question. Le sujet d'épreuve est uniquement composé de travaux pratiques.

### Compétences spécifiques

Le participant doit connaître et comprendre :

- la législation, les obligations, la réglementation et la documentation en matière de santé et de sécurité.
- les situations qui requièrent le port de vêtements de protection individuelle, y compris les chaussures
- les finalités, les usages, le soin, l'entretien et le stockage en toute sécurité des équipements et outils manuels et électriques
- les finalités, les usages, le soin, l'entretien et le stockage en toute sécurité des matériaux
- les logiciels de conception 2D et 3D
- les méthodes de gestion du temps dans un souci de productivité
- les principes d'ergonomie pour un flux de travail efficace
- l'importance du développement durable et d'une méthode de travail respectueuse de l'environnement
- l'intérêt de gérer son propre perfectionnement professionnel continu

Le participant doit être capable :

- de respecter les normes, les règles et réglementations en matière de santé et de sécurité
- d'identifier et utiliser les vêtements de protection personnelle appropriés y compris les chaussures de sécurité au besoin
- de sélectionner, utiliser, nettoyer, conserver et ranger l'ensemble des outils, pinceaux et équipements en toute sécurité
- de sélectionner, utiliser des matériaux y compris les peintures, avec efficacité et efficience, et les stocker en toute sécurité
- de planifier, prévoir et donner de nouvelles priorités à son travail en fonction des besoins pour respecter les délais impartis
- de bien travailler malgré la pression pour satisfaire aux exigences de l'enseigne
- de garantir des pratiques de travail ergonomiques et sûres
- de garder l'espace de travail propre et rangé
- d'éliminer les déchets de manière écologique
- de se tenir au courant des dernières modes, tendances et développements qui touchent le secteur et la société

Le participant doit connaître et comprendre :

- les rôles et exigences des collègues et professionnels en matière de merchandising visuel, par exemple des chefs de marque
- l'importance de développer et conserver des relations de travail productives avec ses collègues au sein de l'entreprise, par exemple avec le service commercial et marketing
- les méthodes pour un travail d'équipe efficace
- le rôle social et éducatif du merchandising visuel
- les méthodes de négociation par exemple pour l'achat de matériaux
- les techniques de résolution des malentendus et des exigences contradictoires
- les caractéristiques d'une présentation gagnante

Le participant doit être capable :

- d'identifier précisément les besoins et aspirations du public cible : clients internes et externes
- de susciter et préserver la confiance du public cible : clients internes et externes
- de faire preuve d'une communication verbale et écrite efficace avec ses collègues
- d'écouter, réfléchir et répondre de manière favorable et constructive à tout retour d'information venant de collègues et de clients externes
- de présenter de manière professionnelle ses idées, raisonnements et conceptions/présentoirs à ses collègues et aux professionnels/services concernés
- de réfléchir et répondre de manière appropriée aux questions et idées de ses collègues

Le participant doit connaître et comprendre :

- les types de problèmes récurrents qui peuvent survenir au cours du merchandising visuel, par exemple improvisation des supports
- les méthodes de diagnostic pour la résolution de problèmes
- les limites dans la résolution des problèmes en toute sécurité, par exemple faire appel à un électricien
- ce qu'est un esprit critique pour pouvoir produire des projets uniques
- les dernières et futures tendances et modes

Le participant doit être capable :

- de détecter rapidement les problèmes et gérer de manière autonome leur résolution
- de savoir définir les priorités face aux problèmes des clients internes en fonction de la situation
- de connaître ses limites en termes d'expertise et responsabilité et faire appel aux collègues compétents en la matière
- de chercher l'inspiration par exemple en consultant des livres/revues/internet, en visitant des boutiques/villes/expositions, en visionnant des films et feuilletant de la documentation professionnelle
- d'être ouvert d'esprit lorsqu'il identifie les besoins du public cible, des clients internes et externes
- d'utiliser l'imagination et l'inspiration pour proposer des idées originales
- de développer et rester confiant pour mieux se différencier
- de rester à jour avec les logiciels de conception 2D et 3D
- d'influencer les changements en termes de design au sein de l'entreprise

Le participant doit connaître et comprendre :

- le concept de merchandising visuel : communiquer avec le public cible en attirant, connectant et captant l'attention des clients pour optimiser les ventes
- les rôles des services/professionnels et leurs objectifs et leurs besoins par exemple des cibles commerciales et marketing
- le plan d'implantation et la taille des espaces à agencer
- le comportement et les attentes des consommateurs cibles
- les facteurs communs qui déterminent les thèmes à suivre : les saisons dans l'année, les tendances/modes du moment, les événements spéciaux, et les promotions
- la composition d'images

Le participant doit être capable :

- de mener des recherches sur les notions d'art de vivre, les tendances et les attributs de la boutique
- d'identifier et utiliser efficacement les outils de recherche à disposition, par exemple internet
- de rechercher dans le cahier des charges, le thème, le produit ou la marque pour concevoir un projet unique
- de chercher et développer des idées d'agencement pour satisfaire aux besoins et attentes du marché cible et de l'enseigne
- d'évaluer les tendances du moment en termes de conception, équipements et matériaux
- de développer un concept original qui répond clairement aux besoins et attentes du marché cible et de l'enseigne
- de créer et présenter de manière professionnelle une planche de tendance (appelée aussi moodboard) professionnelle et claire à ses collègues, ses responsables, et aux professionnels/services concernés, qui comprend : des croquis, images, et palettes de couleurs pour le tissu

Le participant doit connaître et comprendre :

- Il doit maîtriser les outils informatiques de base
- tous les champs d'application des logiciels tels que Photoshop et Illustrator
- le rendu
- le graphisme/conception 2D

Le participant doit être capable :

- de réaliser des dessins 2D et 3D, par exemple des présentoirs et vitrines avec des supports et du texte
- de visualiser et « traduire » de manière appropriée des idées et des conceptions
- de manifester un certain attachement à la marque
- de réaliser des dessins à l'échelle à la main et sur ordinateur en utilisant Photoshop et Illustrator
- de travailler en tenant compte du budget à disposition
- de présenter de manière professionnelle un projet à ses collègues, responsables et aux services/professionnels concernés pour obtenir leur approbation

Le participant doit connaître et comprendre :

- les principes de l'agencement d'une vitrine prenant en considération l'utilisation et l'efficacité des couleurs, des formes et du texte, l'utilisation rationnelle de l'espace, l'harmonie, le regroupement, la dynamique et la mise en valeur des produits, ainsi qu'un éclairage efficace
- les objectifs d'une vitrine : parvenir à une cohérence de marque, une présentation efficace des produits, un impact visuel, une mise en scène, une certaine commercialité, et esthétique
- les matériaux et leur finalités/caractéristiques, comme le bois, le MDF, le PVC, la colle et la peinture

Le participant doit être capable :

- de sélectionner et présenter des produits en prenant en considération leurs caractéristiques et en traduisant le concept d'origine et les consignes
- de présenter toute une gamme de produits qu'il s'agisse du monde de la mode, des accessoires, des arts de la table ou de livres
- de regrouper, présenter et étayer les produits pour communiquer de manière efficace avec le/les marché(s) cible
- de manipuler avec précaution toute sorte de produits, mannequins et matériaux, y compris du mobilier, des socles et présentoirs divers
- de planifier une répartition précise et efficace des tâches pour l'installation en prenant en considération le timing
- de sélectionner, colorer et peindre des surfaces propres et vierges pour décorer des murs, accessoires et panneaux
- d'utiliser différents types de matériels et d'outillage pour mesurer et couper avec précision, faire les finitions
- de recouvrir les sols et les murs avec des matériaux appropriés
- de construire lui-même de manière professionnelle des supports pour mettre en valeur le thème choisi, les produits et communiquer de manière efficace avec le public cible
- de regrouper et mettre en valeur des produits, des vêtements et mannequins pour obtenir un fort impact visuel qui mette en valeur le thème, étaye les produits et communique de manière efficace au public cible
- de sélectionner et positionner l'ensemble des supports, matériaux et mannequins de manière harmonieuse dans la vitrine pour mettre en valeur le thème, étayer la marque des produits et communiquer de manière efficace avec le public cible
- d'optimiser l'espace et l'aménagement de l'espace pour en tirer parti au mieux
- d'utiliser de manière créative l'éclairage, positionner les projecteurs et ajuster l'éclairage de manière à mettre en valeur au mieux les produits
- de passer en revue la présentation pour s'assurer qu'elle est séduisante et déclenche l'effet « waouh »
- d'évaluer l'efficacité du présentoir dans la mise en valeur des produits et de la marque
- de faire un contrôle final de l'installation pour s'assurer qu'elle est bien terminée, sûre, soignée, propre, ordonnée, professionnelle et finie dans les temps
- d'analyser tout retour d'information et répondre de manière adéquate en faisant des suggestions pour améliorer le projet

### 3. LE SUJET D'ÉPREUVE

#### Format / structure du sujet d'épreuve

**Ce modèle d'épreuves est basé sur 1 jour de compétition régionale, les épreuves pourront être adaptées à un format plus long en approfondissant certains critères si besoin.**

Les propositions d'épreuves « test » doivent être validées et testées en étant entièrement réalisées et chronométrées pour prouver qu'il est raisonnable de les faire sous les contraintes de la compétition.

L'épreuve test doit être réalisée individuellement.

Chaque compétiteur aura à sa disposition des podiums et/ou une vitrine de boutique vierge, un espace de travail informatique et technique et un espace de rangement. Le même jeu d'outils et matériaux sera fourni à chacun des compétiteurs le jour de la prise en main avant le début de la compétition. Ils devront installer la présentation, créer un concept, concevoir et mettre en place la vitrine

## SUJET

### MODULE 1 : 2 heures

#### CRITERE A : RECHERCHE ET CREATION

- Compétences mesurables : pertinence du projet, qualité du visuel ...
- Démonstration de vos compétences en recherche créative en communication visuelle d'un projet en rapport avec une cible et un produit
- Recherche, inspiration et création d'un visuel de projet
- Moodboard
- Visuel

### MODULE 2 : 2 heures

#### CRITERE B : FABRICATION

- Préparation, et réalisation des supports et accessoires décoratifs et préparation des supports de présentation (podiums)
- Compétences mesurables : coloration, masquage, application de couleur, application de vinyle, organisation et sécurité
- Démonstration de vos compétences en merchandising visuel technique et maîtrise des outils
- Création et fabrication d'accessoires décoratifs
- Application de peinture mélangée et ou de revêtements (sols murs podiums)

### MODULE 3 : 2 heures

#### CRITERE C : PRESENTATION ET STYLE DU PRODUIT- INSTALLATION & FINITIONS - ATTRACTIVITÉ et SATISFACTION CLIENT

- Mise en valeur et présentation du produit, styling composition
- Mise en place de la présentation de la vitrine terminée
- Mise en place des supports et/ou éléments de communication
- Démonstration de vos compétences relatives à l'installation du projet, à la composition, aux finitions
- Mise en valeur et présentation du produit, composition
- Installation et finition
- Mise en place du produit et des éléments décoratifs



### Distribution/circulation du sujet d'épreuve

MOMENT	ACTIVITE
Six (6) mois avant la compétition	L'épreuve test est élaborée conjointement avec l'expert international
Quatre (4) mois avant la compétition	
Trois (3) mois avant la compétition	L'épreuve test est communiquée <u>sans</u> le détail du brief client et des attendus
Lors de la compétition : remise du sujet partie « Brief Client » incluant les attendus, et le détail des produits.	Cela constitue les 30 % de changement

## 4. NOTATION

### Spécification d'évaluation du métier

La notation sera réalisée pour chaque module avec une évaluation des compétences (groupées par critères) à chaque étape de réalisation

Pour information, le « Jugement » est une notation subjective qui fait appel à l'appréciation des membres du jury (exemple : esthétique, finition ...). Les notes « Objectives » correspondent à des critères mesurables (exemple : dimensions, tâche réalisée ou non ...).

Ce concours de métier mettra l'accent sur les pratiques de développement durable suivantes :

- Utilisation de matériaux écologiques dans la mesure du possible ;
- Encourager le recyclage auprès des compétiteurs.

## 5. EXIGENCES DE SÉCURITÉ LIÉES AU MÉTIER

Les compétiteurs doivent porter des lunettes de protection et des gants lorsqu'ils manipulent des machines-outils, des outils manuels ou électriques, ou tout équipement susceptible de causer ou de générer des éclats ou des fragments qui risquent de blesser les yeux.

Les experts doivent porter les équipements de protection individuelle requis lorsqu'ils inspectent, vérifient ou travaillent sur le projet d'un compétiteur.

## 6. ÉQUIPEMENTS ET MATERIAUX

### Liste d'infrastructures

La liste des infrastructures reprend tous les équipements, matériaux et installations mis à disposition des compétiteurs sur les espaces de concours.

Conformément aux paragraphes 5.3 et 5.7, le produit et la liste des matériaux ne seront pas diffusés. Ces éléments seront transmis le jour de la prise en main (C-2). Cela représentera les 30 % de changement pour la Compétition.

### Matériaux, équipements et outils que les compétiteurs apporteront dans leur caisse à outils

Les compétiteurs ne sont pas tenus d'apporter leur caisse à outils.

### Matériaux et équipements interdits sur l'espace de concours

#### Utilisation des technologies - USB, carte mémoire

• Seules les cartes mémoires fournies par l'organisateur de la compétition pourront être utilisées par les compétiteurs.

Aucune autre carte mémoire ne pourra être utilisée sur les ordinateurs des compétiteurs.

- Toute carte mémoire ou autre dispositif à mémoire portable doit rester à l'intérieur de l'atelier.
- Toute carte mémoire ou autre dispositif à mémoire portable doit être remis au chef expert à la fin de chaque journée par mesure de sécurité et doit rester dans l'atelier.

#### Utilisation des technologies – dispositifs portables personnels, tablettes et téléphones Portables

- Les experts et les interprètes sont autorisés à utiliser des ordinateurs portables, des tablettes ou des téléphones portables personnels uniquement dans la salle des experts.
- Les compétiteurs ne sont pas autorisés à apporter d'ordinateurs portables, tablettes ou téléphones portables personnels dans l'atelier.

#### Utilisation des technologies – dispositifs personnels de prise de photos et de vidéos

- Les compétiteurs sont autorisés à utiliser des dispositifs personnels de prise de photos et de vidéos dans l'atelier uniquement à la fin de la compétition.
- Les experts et les interprètes sont autorisés à utiliser des dispositifs personnels de prise de photos et de vidéos dans l'atelier.

Chaque compétiteur aura à sa disposition un espace de travail, une zone d'implantation centrale et/ou vitrine vierge ainsi que des podiums de présentation.

Cela représente environ 30 m<sup>2</sup>.

L'espace de travail sera composé d'un bureau équipé d'un poste informatique et d'un établi / table d'environ 3 m<sup>2</sup> et d'une étagère de rangement

Un espace de rangement d'environ 4 m<sup>2</sup> sera à disposition de chaque compétiteur.

Un espace commun sera défini pour laver la peinture, un espace de stockage pour le vinyle de portants et / ou étagères pour les collections de produits.

Le matériel d'impression sera disponible sur le site ou à proximité

Afin de maximiser la participation des visiteurs et des médias, les idées suivantes seront prises en considération :

- Description de l'épreuve test expliquant à un public plus large la nature du merchandising visuel ;
- Meilleure compréhension du travail des compétiteurs ;
- Présentation des compétiteurs ;
- Possibilité de s'essayer au métier par exemple : habiller un mannequin, regroupement élémentaire de produits ;
- Interaction avec les médias.