

Leroy Merlin fait sa révolution au cœur de Paris

Treize ans après l'ouverture d'un magasin à Beaubourg, l'enseigne de bricolage inaugure un deuxième module avenue Daumesnil, à Paris, à la place de Surcouf. L'occasion de montrer toutes les innovations du nouveau concept du groupe.

Plus des deux tiers sont locataires, disposent de 40 m² en moyenne pour vivre, et déambulent dans une cuisine ou une salle de bains de 6 m². Peu (25 %) ont une cave, encore moins (20 %) un balcon, et presque la moitié (42 %) ne bricolent jamais ! Qui sont-ils ? Les Parisiens, évidemment. Avant d'imaginer un magasin pour eux, les treize chefs de secteur du Leroy Merlin, situé dans le douzième arrondissement à Paris, leur ont rendu visite, chez eux. « J'ai vu une dizaine de clients, raconte Cyril, chef de secteur des cuisines. Avec des habitats différents : de celui qui a un studio et met sa cuisine dans l'entrée à ceux qui ont un grand appartement avec balcon, ou à ceux qui veulent équiper leur résidence secondaire. » Ces visites chez l'habitant ont eu lieu l'été dernier, près d'un an avant l'inauguration mi-juin.

Un modèle à suivre

Rarement une ouverture n'aura été autant préparée. Le numéro un français du bricolage avec 38 % de part de marché, juste avant Kingfisher, a soigné son arrivée dans Paris, treize ans

6600 m²
de surface de vente
pour le magasin
de Daumesnil

125
salariés

10 M€
d'investissement

1600 m²
d'entrepôt

10%
du chiffre d'affaires
réalisés par
les cuisines

40000
références

Source : Leroy Merlin

ZONES DE TEST

Il y en a dans tout le magasin : le Parisien, peu bricoleur par nature, peut tester les chevilles, par exemple. « Essayer chez nous pour mieux réussir chez soi », c'est le slogan de l'enseigne.

après la création du seul et unique point de vente de la capitale jusqu'ici, celui de Beaubourg. Et ce, pour deux raisons. L'investissement est important (10 millions d'euros) et, surtout, c'est la piste d'atterrissage du magasin 3.0, testé depuis mars à Nanterre (92) et déployé ici ainsi qu'au Havre. Les 120 autres magasins suivront progressivement. Marie-Dominique Marguery avait participé à l'ouverture de Beaubourg. Cette fois, l'an-

cienne directrice du magasin de Strasbourg dirige les opérations. « Nous avons voulu créer un magasin hyperurbain, adapté aux Parisiens. Tout est pensé pour leur faciliter la visite et pour qu'ils ne regrettent pas leur choix. S'ils font l'effort de venir jusqu'ici, ce n'est pas pour les remettre devant une tablette. » Partout, sur les trois niveaux de 6600 m², le parcours est balisé pour simplifier la visite du client et lui proposer des services



« Nous avons voulu créer un magasin hyper-urbain, adapté aux Parisiens. Tout est pensé pour leur faciliter la visite et pour qu'ils ne regrettent pas leur choix. S'ils font l'effort de venir jusqu'ici, ce n'est pas pour les remettre devant une tablette. »

Marie-Dominique Marguery, directrice du magasin de Daumesnil



© FLORIAN LÉGER / LEROY MERLIN

« Nous exposons cinq cuisines sur 250 m², de tous les styles et à tous les prix », assure le chef de secteur. Mais avec beaucoup de coloris (110 !) et un casque de réalité virtuelle, l'Oculus Rift, « testé pour la première fois en France », s'enorgueillit l'enseigne. Le client peut ainsi s'immerger dans sa future cuisine. L'offre de dressings est aussi particulièrement étoffée et a droit à un espace de 570 m². Dans ce magasin vert, livré par des camions à gaz, qui ne font pas de bruit, Leroy Merlin propose une kyrielle de services, comme des voitures (électriques bien sûr !) en location ou la livraison d'articles commandés sur internet deux heures après dans ce magasin 3.0, on vous l'avait dit ! ■

MAGALI PICARD

différenciants. Parce qu'il est pressé et peu bricoleur, des « solutions » lui sont présentées.

La cuisine comme enjeu

Vous ne savez pas quelle cheville prendre pour accrocher un tableau ? Vous pouvez la tester. Des « zones de test » parsèment le magasin, des vidéos de pose expliquent comment s'y prendre. Dotée d'une marque propre

solide, Leroy Merlin met en avant dans des box rouges des produits à des prix malins, comme une mallette à outils à moins de 10 €, ou une mini-cuisine intégrée à moins de 250 €. Avec 10 % en moyenne du chiffre d'affaires, la cuisine constitue un enjeu important pour Leroy Merlin, l'objectif étant toujours de rattraper le champion toutes catégories, Ikea.

DES ROBINETS COMME S'IL EN PLEUVAIT

Objectif : montrer une offre exhaustive dans des secteurs précis, comme les robinets, les interrupteurs ou les poignées de porte.

LE MEILLEUR PRODUIT AU MEILLEUR PRIX

Souignés de rouge, ces espaces mettent en avant des produits « stars ». Ce sont aussi les meilleures rotations. Bref, l'achat malin.



Comment choisir les paillassons sur mesure

- 1 La destination : palier d'appartement, balcon, hall d'immeuble, entrée de commerce
- 2 Le coloris
- 3 La dimension de découpe

Le coco à la coupe

Idéal pour un palier d'appartement ou un balcon, 100% fibre naturelle coco, envers PVC, grottant et absorbant.

Pour une découpe standard

Pour une découpe sur mesure



SUR-MESURE

Tout faire pour simplifier la tâche du consommateur, y compris quand il doit faire un choix cornélien, comme changer de paillasson ou choisir une tringle à rideau.

NOUVELLE SIGNALÉTIQUE

Le vert et le blanc, qui signent l'identité de Leroy Merlin, sont désormais réservés aux points clients. Le « bleu navy » sert de signalétique, une manière d'identifier le magasin 3.0.