

# Le Brico Dépôt nouveau débarque à Nice

Le 117<sup>e</sup> Brico Dépôt, ouvert à Nice en octobre dernier, met en avant ce qu'il y a de meilleur chez l'enseigne discount du groupe Kingfisher. Du volume, du stock et des prix compétitifs. Visite guidée.

Cela peut paraître étonnant, mais c'est pourtant vrai : Brico Dépôt se place comme troisième vendeur de cuisines en France, après Ikea et Schmidt. Davantage connu pour être la pépite discount du groupe Kingfisher, qui ferait presque de l'ombre à son grand frère Castorama, Brico Dépôt offre, dans son magasin de Nice, l'un des derniers ouverts en France, une sélection pointue de quatorze cuisines. « Nous avons l'avantage d'avoir du "stock en quantité chantier", précise Franck Raffin, directeur du magasin. Le client peut ainsi repartir avec ses plaques ou son évier. » Un avantage indéniable quand, ailleurs, il faut compter quatre à six semaines pour être équipé. Ce concept de prêt-à-vendre se retrouve partout chez Brico Dépôt.

## Organisé en libre-service

Les produits, souvent présentés dans les cartons, sont disponibles immédiatement. Le client peut ainsi se servir librement, et s'il a besoin, par exemple, de conseils sur les perceuses ou les perforateurs, des notices explicatives sont disséminées tout au long du magasin. Le

**4 600 m<sup>2</sup>**  
de surface de vente  
**3 000 m<sup>2</sup>** de cour  
pour les matériaux  
**2 millions**  
d'exemplaires  
du catalogue  
**20%** de la clientèle  
sont composés  
de professionnels  
**13 000** références  
**88** collaborateurs

Source : Brico Dépôt

modèle Brico Dépôt s'appuie aussi sur un nombre limité de références (13 000 contre 50 000 chez Castorama et 80 000 chez Leroy Merlin). Des gammes courtes et lisibles qui vont à l'essentiel, renouvelées à raison de 25 % chaque année, tel est le parti pris de l'enseigne. La panoplie de perceuses, par

exemple, ne compte pas plus de quatre ou cinq références, du premier prix jusqu'à Bosch. Pas de promotions non plus, mais des « arrivages à des prix attractifs », tous les quinze jours et en quantité limitée, destinés à réveiller la collection permanente. Un assortiment court et une rotation des stocks, associés



à un capital de départ peu élevé compte tenu de coûts de construction raisonnables, permettent un retour sur investissements rapide, autour de trois ans en moyenne.

**Pour des clients avertis**

Ce positionnement correspond à un profil précis. « Nos clients ont un rapport positif au bricolage qui passe par l'efficacité et le rendement économique », rappelle Didier Barbero, le directeur régional du Sud-Est. Le merchandising se veut simple avec des produits préhensibles à moins de 1,80 mètre. Les clients sont relativement fidèles puisqu'un million d'entre eux a déjà pris la carte Brico Dépôt. Pour le personnel aussi, les structures sont simplifiées. Un

« Nous étudions le rapport qualité-usage-prix. Avec les arrivages réguliers, nos gammes sont réassorties de 25 % chaque année. Nous sommes le easyJet du bricolage ! »

**Franck Raffin**, directeur du magasin



Brico Dépôt compte 88 employés, quand un Castorama peut en avoir jusqu'à 150. Pas de gaspillage non plus dans les services qui ne sont jamais gratuits chez Brico Dépôt. Or, à Nice, il y en a beaucoup : le sur-mesure pour les fenêtres et les placards, le pôle projets pour la mise en relation clients-artisans,

le service de location de matériel – en test avec Kiloutou... C'est le seul magasin en France qui fait de la découpe de bois un service... payant. Inspiré par Home Depot aux États-Unis, le premier Brico Dépôt a ouvert dans un ancien Castorama en 1993, près de Reims. Souvent montrée comme la réussite de Kingfisher en France, l'enseigne peine pourtant en 2015, à l'image du secteur du bricolage. À périmètre non comparable, elle limite la casse (+ 2,5 %), mais en comparable, son chiffre d'affaires est en repli de 0,5 %, plus que Castorama (-0,2 %). Depuis le départ, à l'automne dernier, d'Alexandre Falck, son DG, il est temps pour elle, qui reste aujourd'hui sans patron, d'agir. ■ **MAGALI PICARD**

**COMPTOIR SUR MESURE**

C'est le seul magasin de France où il existe le service (payant) de menuiserie, pour fenêtres et placards, par exemple.

**UN RÔLE DE SÉLECTEUR**

La gamme des perceuses va du premier prix à la fourchette haute.



RIX, DU STOCK, PO



**CROSS-MARKETING**

Dans chaque rayon, les produits sont proposés par lots. Ce sont toujours des articles complémentaires à petits prix.



**STOCK**

Le credo de Brico Dépôt : une offre disponible immédiatement, que le consommateur voit tout de suite, les stocks étant au-dessus ou en dessous des produits.