



PHOTOS MORGAN LECLERC

# Cœur de Nature, le bio de centre-ville façon Auchan

L'enseigne nordiste a décliné son Cœur de Nature dans une version destinée aux petites surfaces urbaines, en reprenant les codes des spécialistes du bio.

## LE CONCEPT

- Un agencement et une offre calqués sur les magasins spécialisés bio.
- Une forte densité de

références et un large choix de vrac.

- L'ajout de services très axés proximité (snacking, pain frais...).

Le 23 septembre, Auchan a ouvert son magasin bio Cœur de Nature dans Paris, (IX<sup>e</sup> arr.). Cette inauguration est un marqueur de la volonté de rattraper le retard du groupe en matière de concept bio urbain, alors que Monoprix (avec Naturalia) et Carrefour (avec Carrefour Bio) occupent le terrain depuis plusieurs années et ne cessent de s'étendre. Un premier Cœur de Nature a bien ouvert ses portes en 2012 à Brétigny-sur-Orge (91) sur 1 000 m<sup>2</sup>, mais ici la copie est évidemment différente. C'est sur une surface de

237 m<sup>2</sup> (autrefois un magasin Dia) qu'Auchan Retail a repris les codes des magasins spécialisés et de la proximité, avec une offre dense 100 % bio couvrant les besoins alimentaires du quotidien. Produits frais, secs, surgelés, boissons, produits d'hygiène, tout est à disposition du consommateur, y compris des distributeurs de vrac, mais aussi d'huile d'olive et de produits ménagers.

## Reproduire le modèle

Ce format urbain et parisien doit permettre de tester le concept et son adaptation à une plus

# Les magasins

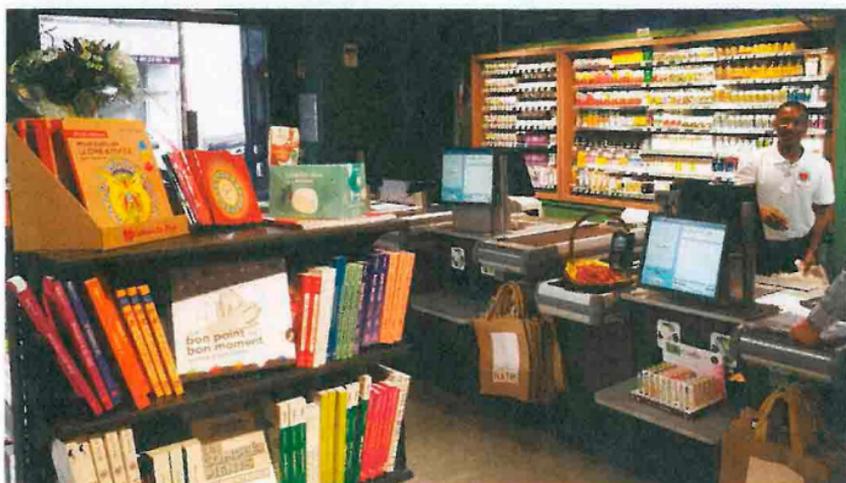


## ▲ THÉ, ÉPICES, HERBES...

Très tendance, et déjà validée dans les très grandes surfaces, l'offre vrac d'épicerie est tout de suite imposante.

## POUR LE QUOTIDIEN

L'offre du magasin couvre tous les besoins du quotidien en alimentaire et en non-alimentaire. Et compte même un espace librairie.



petite surface, avec l'espoir de le copier. « Nous avons dupliqué des éléments qui fonctionnaient bien dans les magasins urbains », précise un responsable du pôle proximité d'Auchan, en évoquant la mise à disposition de pain frais dès l'entrée et d'une machine à jus d'orange frais, à 4,49 € la bouteille de 1 litre.

Près de 4 000 références remplissent les rayons, notamment grâce à des éléments mobiliers de 1 mètre de large, à la place du classique 1,33 m. « En bio, l'assortiment est moins grand. Avec ces meubles, cela nous permet d'implanter plus de familles de produits », note Yves Belen, directeur du projet Cœur de Nature. L'offre

repose sur des marques réservées aux circuits bio, à de rares exceptions près, et si l'on met de côté la MDD Auchan Bio très présente pour offrir une clé d'entrée attractive en termes de prix.

## Réussite de l'agencement

L'offre est lisible, et l'agencement du magasin plutôt réussi, avec de quoi effectuer la totalité de ses achats du quotidien. Vrai mix entre magasin de proximité (avec une petite offre snacking) et magasin bio, Cœur de Nature est peut-être au début d'une nouvelle phase. Mais faut-il rappeler que, chez Auchan, les déploiements de concepts spécifiques ont toujours pris du temps? ■ M. L.