



Les magasins

Dans son troisième magasin parisien, ouvert dans la nouvelle zone Rosa Parks, dans le 19^e, au nord de la capitale, l'enseigne du groupe Adeo multiplie les tests. Sur une petite surface de 7 000 m², elle propose un concentré de son offre.

Leroy Merlin expérimente le bricolage de proximité

7 000 m²

La surface de vente, contre 17 000 m² pour les plus grands magasins de l'enseigne

37

Le nombre de bornes

35 000

références de produits, contre 60 000 en moyenne dans le réseau

100

salariés

Source : Leroy Merlin

En un an, Leroy Merlin a ouvert deux magasins dans la capitale, après en avoir possédé un seul pendant quinze ans. Depuis le 1^{er} février, le numéro un du bricolage en France en compte donc trois à Paris. Après le magasin historique de Beaubourg, puis celui de Daumesnil l'an dernier, voilà Rosa Parks. L'enseigne du groupe Adeo s'essaie à des formats plus petits (7 000 m² et 35 000 références), destinés à devenir des magasins de quartier, le bricolage manquant cruellement à l'offre commerciale parisienne. « Nous avons un éventail très large de clients, explique Maxime Lefebvre, directeur du magasin. Nous sommes en bordure de Paris, dans un quartier populaire, avec la plus forte densité d'artisans de la ville, mais aussi des gens qui travaillent dans les bureaux avoisinants, 20 000 au total, des Parisiens, et d'autres qui viennent de banlieue. » De son étude préalable auprès des habitants, Leroy Merlin a tiré quelques chiffres : 60 % des résidents du 19^e sont locataires et peuvent rester jusqu'à trente-cinq ans dans leur habitation, qui fait en moyenne 50 m² et compte 2,5 pièces.

Leroy Merlin a voulu faire un magasin au circuit plus simple. Sur deux étages, celui-ci présente 35 000 références, loin des 100 000 disponibles sur le site ou dans les plus grands formats. Les artisans peuvent s'approvisionner au rez-de-chaussée. Dès l'entrée, le champion du faire

soi-même donne des idées avec ses fiches « Make it » et la présentation d'une chambre d'enfant que l'amateur peut bricoler. Une ligne directrice présente tout au long du parcours. Dans ce magasin, les collaborateurs montrent aussi tous leurs talents : un mur présente une salle de bains faite avec des tubes de cuivre. Outillage, quincaillerie et droguerie, présents en force au rez-de-chaussée, correspondent à une image de proximité.

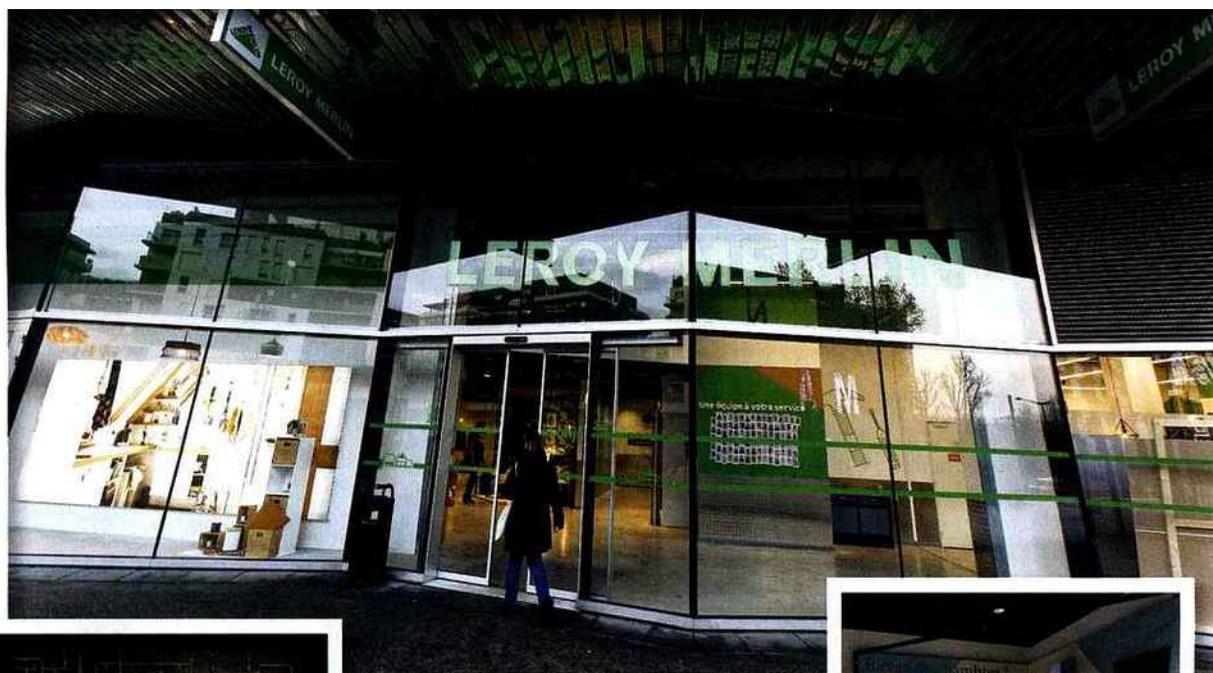
37 bornes de commande

Au premier étage, place à la décoration avec toujours plus de services pour le client : plusieurs ateliers autour du bois, du métal, permettent de découper sur place et de faire des plans sur mesure. Celui ou celle qui aime les luminaires est servi, avec un corner du site Lightonline, qui présente de belles lampes déco. Pour compenser une offre limitée par la superficie, Leroy Merlin a disséminé 37 bornes de commande dans le magasin. C'est une première et un test.

Au rayon salle de bains, le bricoleur peut même visualiser des photos de meubles en taille réelle. « Le client a accès à l'intégralité de l'offre, accompagné par un vendeur qui peut le guider », souligne Maxime Lefebvre. Même démarche de service aux caisses, où le consommateur est éventuellement guidé vers le libre-encaissement, en fonction de l'affluence. Autant de nouvelles idées qui seront (ou pas) dupliquées dans le reste du réseau Leroy Merlin. ■

MAGALI PICARD





PHOTOS JEAN-PHILIPPE ROUSSELLE/LEROY MERLIN



UNE CONFIGURATION ORIGINALE

Le magasin se déploie sur deux étages, avec un accès direct pour les artisans au rez-de-chaussée.

BOÎTE À IDÉES

Comme toujours, Leroy Merlin propose des idées, pour faire une table de chevet, une chaise de bureau, ou même un lit-cabane...



OFFRE DE PROXIMITÉ

Outils, quincaillerie, droguerie, autant de rayons largement mis en avant, du fait de la cible hétérogène visée.



LES SALARIÉS METTENT LA MAIN À LA PÂTE

Le directeur du magasin a voulu mettre en avant les idées des salariés comme, ici, une salle de bains réalisée avec des tuyaux en cuivre.



« Du fait de notre position géographique, nous avons un public très différent : des habitants, une clientèle de bureau et la plus forte densité d'artisans de la capitale. »

Maxime Lefebvre, directeur du magasin Leroy Merlin Paris 19 - Rosa Parks

PREMIÈRES BORNES

Il y en a 37 exactement et toutes permettent de tripler l'offre : 100 000 références sont accessibles, contre 35 000 dans le magasin.

