



Le 3^e magasin parisien de Leroy Merlin répond aux attentes d'une clientèle diverse, axées sur l'habitat urbain et les services. S'il propose 35 000 références, 40 bornes digitales permettent aux consommateurs d'accéder aux 100 000 produits de l'enseigne. Par ailleurs, des zones d'expérimentation leur donnent les moyens de tester des solutions innovantes et facilitantes.

Un magasin de quartier... C'est l'ambition du nouveau magasin Leroy Merlin Rosa Parks qui a ouvert ses portes le 1^{er} février dans le 19^e arrondissement parisien, au sein de la zone « Le Parks », en pleine réhabilitation. « Nous sommes implantés au cœur de l'un des plus importants projets de rénovation de l'est parisien. C'est un habitat populaire, 60 % des habitants du 19^e étant locataires, auxquels s'ajoutent 20 000 salariés dans les entreprises à proximité. C'est aussi le quartier

de Paris le plus dense en artisans » indique Maxime Lefebure, directeur du magasin qui table à terme sur 800 000 à 1 million de clients par an, dont 5 à 10 % d'artisans. Ce 3^e magasin Leroy Merlin de la capitale s'est installé dans le bâtiment le plus long de Paris (617 m), dans l'ancien entrepôt ferroviaire MacDonald, également ancien entrepôt Leroy Merlin, qui accueille aujourd'hui des commerces certes (dont Leclerc), mais aussi des logements, des commerces, des bu-

reaux, un collège, un gymnase, une crèche, une école... Un magasin donc implanté au cœur de lieux de vie et qui, sur 6800 m², propose plus de 35 000 références et solutions d'aménagement pour l'habitat parisien. « Ce magasin a été conçu pour répondre à cette diversité de clientèles » poursuit Maxime Lefebure, qui connaît bien les problématiques de la clientèle parisienne puisqu'en 2002, il a déjà participé à l'ouverture du magasin Leroy Merlin de Beaubourg.



leroy merlin outils pro : Les artisans représentent environ 10 % de la clientèle du magasin.

Leroy Merlin détournement de produits : Une mise en avant avec des idées de détournement produits issues des équipes du magasin.



Espace Maison connectée : Dès l'entrée, un espace dédié à la maison connectée est mis en avant, autour de l'application créée par Leroy Merlin pour gérer la maison.



Leroy Merlin ambiance déco : A l'étage, près de 5000 m² sont consacrés aux projets, notamment la décoration.



Au rez-de-chaussée, le jardin propose tous les produits nécessaires pour entretenir un espace vert.



La droguerie prend plus de place que dans un magasin classique. Situé au centre du flux de circulation, juste avant l'escalator, il entraîne les consommateurs au 1^{er} étage. En tête de gondole, des zones d'expérimentation des produits.

LE BRICOLAGE UTILITAIRE A L'ENTREE

Si Beaubourg s'articule sur cinq étages, Rosa Parks se déploie sur deux niveaux, le rez-de-chaussée sur 1900 m² et le premier étage sur 4 900 m². Alors que traditionnellement un Leroy Merlin s'ouvre plus volontiers sur l'univers de la décoration, le nouveau magasin aborde ses clients avec le bricolage utilitaire, c'est-à-dire le petit outillage et l'outillage de chantier pour les artisans, la sécurité avec notamment un espace dédié à la maison connectée autour de l'application créée par l'enseigne pour gérer la maison, un univers dédié au petit déménagement ou encore un espace conséquent consacré à la droguerie. Ce dernier, placé au centre du flux client, est intensifié par rapport à un magasin classique compte tenu du rapport particulier que les Parisiens entretiennent avec ce rayon. Le jardin, qui propose tous les produits nécessaires pour entretenir un espace vert, en passant par les outils motorisés et l'aménagement de la terrasse, a également pris place au rez-de-chaussée. En saison, ce rayon déploiera du végétal devant le magasin. « C'est un vrai magasin de proximité et c'est plus facile pour les artisans. »

Les artisans ne disposent pas de services spécifiques mais ont la possibilité de bénéficier de la carte de fidélité qui accorde des avantages en fonction du volume d'achats. Un service de location de petit outillage ou de gros outillage est également disponible. « Nous envisageons des solutions plus particulières pour les artisans, comme une ouverture plus tôt le matin, notamment pour la partie retrait de marchandises. » Le retrait marchandises se situe sur le parking, le magasin disposant de 700 places, pour lesquelles il rembourse 1h30 de stationnement dès 20 euros d'achat. Par ailleurs, pour accompagner au mieux les clients, des zones « d'expérimentation » pour le bricolage et la réparation, sont proposées en tête de gondole avec une valorisation des solutions facilitantes. Des zones d'essais que l'on retrouve également au premier étage, dans le rayon revêtements de sol par exemple.



Des solutions techniques contre le bruit, l'étanchéité...



Atelier couleurs pour concevoir, réaliser, coordonner ses projets d'aménagement et de décoration.

1 900 m² de projets

L'espace supérieur est consacré aux projets, qu'il s'agisse des projets techniques comme la menuiserie, l'isolation thermique et acoustique, le confort (chauffage, traitement de l'air) et bien entendu l'aménagement/décoration. Cet étage comprend donc des espaces dédiés pour permettre aux particuliers de se projeter, concevoir, réaliser et accessorier leurs projets d'aménagement et de décoration. Des show-rooms salle-de-bains, cuisine, aménagements et luminaire viennent notamment reproduire des ambiances traduisant les spécificités des appartements parisiens et donner des solutions d'aménagement des pièces. Dans le 19^e arrondissement, la taille moyenne des appartements se situe aux alentours de 40 m², un logement du secteur comportant 1,5 pièces, toujours en moyenne.

En ce qui concerne la pose, le client peut disposer d'une prestation complète, facturée par l'enseigne : achats des produits et mise en œuvre par un artisan, ce qui lui permet de bénéficier d'une TVA à taux réduit. Une quarantaine d'artisans a ainsi noué des partenariats avec le magasin. Pour ce qui est du

petit bricolage, le particulier peut faire appel à Frizbiz, une communauté de bricoleurs susceptibles d'intervenir à domicile.

Côté livraison, « une vraie problématique à Paris », le magasin propose différentes solutions. Un accord avec une entreprise, déjà effectif dans le magasin d'Ivry, permet ainsi aux clients de repartir dans la demi-heure chez eux avec leurs achats.

Le click and collect fait évidemment partie des services proposés par le magasin, depuis le site internet leroymerlin.fr, ou à partir de la quarantaine de bornes disséminées dans l'ensemble du magasin. Positionnées dans les différentes familles de produits, elles donnent effectivement accès aux 100 000 références proposées par l'enseigne, permettant au client de comparer ou d'acheter un produit, accompagné ou non par un vendeur, de se le faire livrer chez lui ou sur le magasin. Les clients qui commandent via le site peuvent récupérer leurs achats deux heures au plus tard. Par ailleurs, s'ils ont repéré un produit on-line, il leur suffit de se rapprocher d'un conseiller de vente, qui finalisera la commande sur une tablette, ou



Dans le rayon éclairage, le magasin fait un test de dépôt vente avec la marque Lightonline.

encore de scanner les QR Codes associés à son produit pour basculer sur le site marchand de l'enseigne. Stratégie omnicanale oblige, l'enseigne affiche un prix unique partout en France et sur Internet, sa stratégie étant de proposer toujours le prix le plus compétitif. Ainsi, en magasin, le consommateur peut même trouver un prix moins cher si un concurrent agressif est dans les parages.



Leroy Merlin espace projet cuisine



Espace salle de bains



Le rayon accessoires de salle de bains est dimensionné comme dans un très grand magasin.