

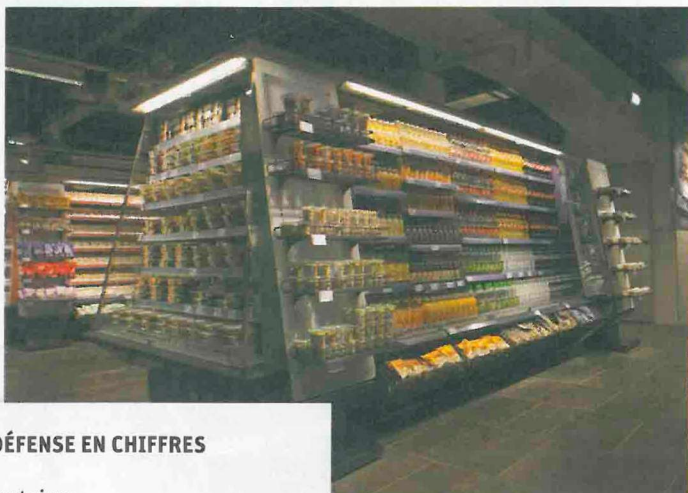
Marks & Spencer ouvre son premier M&S Food à Paris

Le groupe anglais a commencé à exporter son concept alimentaire de proximité dans la capitale. Quatre autres magasins doivent ouvrir dès cet été.

Enfin ! Depuis le retour de l'anglais Marks & Spencer en France en 2011, l'adaptation de son enseigne alimentaire Simply Food était attendue. Le 25 juin, le premier M&S Food du groupe a donc ouvert ses portes au cœur de la gare RER de la Défense, l'une des plus fréquentées de la capitale. Habitué à travailler sur des formats de proximité d'environ 200 m², M&S s'est, cette fois, développé sur 700 m². Une aubaine qui lui a permis de montrer tout son savoir-faire en la matière, avec environ 3 000 références. C'est simple, il y en a autant que dans les « food hall » de ses grands magasins.

« Nous n'avons pas fait tellement d'adaptation par rapport à Simply Food. On veut garder la marque telle qu'elle est, indique Jill Bruce, directrice du développement de l'alimentaire à l'international pour le groupe. Mais comme c'est un magasin de flux, nous nous attendons à un business très fort sur le snack. Il a donc été placé à l'entrée. » En moyenne, 6 000 clients sont

Les produits de snacking, qui devraient générer un gros chiffre d'affaires, sont placés à l'entrée.



© LAETITIA DUARTE

LE M & S FOOD DE LA DÉFENSE EN CHIFFRES

- 700** m² de surface
- 3 000** références alimentaires
- 6 000** clients attendus chaque jour
- 100** employés, soit 70 équivalents temps plein

LES PROJETS D'OUVERTURE

- **20 magasins M & S Food** sont prévus à Paris dans les trois ans, dont dix en gares et aéroports et dix en ville
- **4 nouveaux magasins** doivent voir le jour avant la fin de l'été
- **1 M & S Food** est prévu au premier semestre 2015 dans la station parisienne de Châtelet-les Halles

Source : M & S

attendus par jour. Ils tomberont directement sur les meubles destinés aux sandwiches, aux boissons et sodas, ou encore les paquets individuels de chips. Pour faire face à ce trafic hors norme, et être capable de gérer le pic de midi, M&S Food est doté de 15 caisses organisées en file unique. « Un peu comme chez Disney, il faut orienter le client, explique un employé. C'est très anglais, on peut aussi le voir chez Primark. »

Relay gère les employés

Le magasin sera dirigé par Agnès Duroux, ancienne directrice d'un Carrefour Market. Mais celle-ci travaille en réalité pour Relay, et non pour M&S. « C'est la prin-

cipale différence des commerces de gare et d'aéroport, témoigne-t-elle. Ici, tous les employés sont gérés par Relay, M&S se contente d'apporter la marchandise et de définir le concept. » Relay et Marks & Spencer comptent ouvrir ensemble une dizaine de points de vente dans des lieux de flux. Un nouveau projet d'environ 200 m² a été annoncé dans la station de métro et de RER Châtelet-les Halles, dans la capitale, pour début 2015. Au-delà, M&S espère inaugurer dix autres points de vente à Paris, dont quatre cet été. Parmi eux, deux seront détenus en propre par le groupe anglais, le reste se faisant en franchise. Le 1^{er} avril, un accord avait été annoncé avec SFH Invest pour la création de ces magasins. « Nous allons utiliser ce qui marche en Grande-Bretagne, avait alors déclaré Marc Bolland, PDG de Marks & Spencer. Nous allons faire exactement la même chose, avec un développement qui s'appuie sur les flagships et la proximité. » ■

JEAN-BAPTISTE DUVAL

« Nous n'avons pas fait tellement d'adaptation par rapport à Simply Food. On veut garder la marque telle qu'elle est. »

Jill Bruce, responsable de l'alimentaire international de M&S



© LAETITIA DUARTE