

Ouvert en 2009, le réseau de magasins de déstockage Confo Dépôt connaît un pic de croissance. Vendus à prix cassés, les fins de stocks et retours de produits n'ont aucun mal à trouver une clientèle toujours plus à l'affût de prix bas. Décryptage.

## Confo Dépôt, l'arme discount de Conforama

### LES TENDANCES

**Vendre à même le sol** invendus, fins de stock et produits détériorés à prix cassés.

**Diminuer** les coûts en faisant faire une partie du travail par les clients (démontage de certains meubles, manutention).

**Proposer** les mêmes services (garantie, financement, SAV) que Conforama, pour rassurer.

**L**undi 13 octobre, plusieurs dizaines de clients attendaient l'ouverture matinale du Confo Dépôt de Barentin, dans l'agglomération de Rouen. La diffusion d'un reportage TV dans l'émission *Capital*, le soir précédent, expliquait cet engouement... mais pas uniquement. Car le concept même de Confo Dépôt marque des points en ce moment. Fondé sur l'écoulement à prix barrés des fins de série, retours d'articles et produits abîmés, ce magasin de déstockage intégré au groupe Conforama est dans l'air du temps, avec la recherche de bonnes affaires et de prix bas, surtout en période de tension sur le pouvoir d'achat. Un canapé à -40 % de son prix initial, ou un four neuf bradé à -36 % ? Beaucoup de visiteurs se laissent tenter, et peu importe s'il s'agit de la collection de l'année précédente. Lancé en 2009 à Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis), le premier magasin Confo Dépôt a

tâtonné. Mais le concept a été amélioré, et commence à prendre de l'ampleur. Un deuxième magasin a ouvert à Barentin en février, le troisième a été inauguré à Saint-Bonnet-de-Mure (près de Lyon) en septembre, et celui d'Exincourt (Doubs) ne va pas tarder à accueillir ses premiers clients. La promesse de Confo Dépôt repose sur un seul point : les prix bas. Pour y parvenir, l'enseigne a choisi d'exploiter un vivier : plutôt que de céder ses fins de série aux soldeurs pour 10 % de leur valeur, Conforama les écoule dans son enseigne de déstockage avec un rabais moyen de 20 à 30 % pour les produits techniques et l'électroménager, voire 40 à 50 % pour le meuble et la décoration. Une opération bien plus intéressante financièrement parlant, à condition de limiter les coûts d'exploitation des Confo Dépôt.

### Comme un entrepôt d'ameublement

De ce point de vue-là, aucune dépense superflue n'a été réalisée. La décoration du magasin est inexistante, comme en témoignent le sol en béton et les racks apparents où patiente une partie du stock. Certains meubles vendus montés sont démontés par les clients eux-mêmes, et les salariés sont polyvalents. Chacun peut passer à l'encasement, à la vente ou à la manutention. L'espace est surchargé de canapés, chaises, matelas et machines à laver, posés à même le sol et tous porteurs d'agressives étiquettes jaunes qui

**UN PETIT AIR DE COSTCO**

Espace surchargé de meubles et d'électroménager à prix barrés, stock apparent sur les racks... Confo Dépôt est un entrepôt où trouver la bonne affaire.



**DIFFICILE À RATER**

L'abondante signalétique (kakémonos, étiquette) rappelle la vocation première du magasin: faire du déstockage.



« Le taux moyen de réduction est de 20 % à 30 % pour les produits techniques, comme la télévision et l'électroménager. Il est de 40 % à 50 % sur le meuble et la décoration. »

Luis Costea, directeur du magasin de Barentin



tranchent, et proposent des prix barrés. Le modèle de Confo Dépôt repose également sur l'approvisionnement. Le magasin de Barentin récupère ainsi les fins de collection des Conforama de la région (au nombre de 21). « Ce modèle de magasin est beaucoup plus flexible qu'un point de vente standard. Chacun est autonome, et nous répondons à une logique d'arrivage, avec une présentation minimaliste pour que le client se serve », indique Luis Costea, le directeur du magasin de Barentin. Les arrivages ne sont pas sans rappeler le concept du presque homonyme Brico Dépôt: une présentation ultrasimple des produits, sans fioriture, et la mise en avant des quantités limitées.

Dans le détail, les fins de collections et de stocks en provenance de Conforama représentent 45 % de l'approvisionnement. Les produits cassés ou abîmés 25 % (facturés à Confo Dépôt à -80 % de leur prix initial). Les retours d'articles vendus sur le web pèsent 10 % des volumes et, pour avoir une diversité dans l'offre magasin, des fins de série de fournisseurs viennent compléter le tout.

**Ventes flash pour liquider les stocks**

Avec entre 4 et 8 camions qui livrent leur marchandise chaque jour par magasin, l'écoulement rapide est une nécessité, et des ventes flash sont organisées le samedi pour liquider les stocks.

**CODE COULEUR**

La couleur orange se retrouve partout dans le magasin, des caisses aux « espaces de vie » recrées (ici une chambre complète: lit + 2 chevets + armoire pour 349 €).



### BRUT DE DÉCOFFRAGE

La décoration minimale est la norme, comme ici dans l'espace dédié aux matelas. Pour tester les produits, il n'est pas rare de mettre les matelas directement à terre.



© MORGAN LECLERC

### LES STARS DU MAGASIN

55% des ventes sont réalisées par le blanc (électroménager), le brun et le gris grâce aux prix très attractifs, y compris face à internet.



### LOGIQUE D'ARRIVAGE

Avec des quantités limitées annoncées à grand renfort de communication, Confo Dépôt mise sur l'argument « il n'y en aura pas pour tout le monde ».

**ARRIVAGE  
MATELAS**

**Confo DÉPÔT**



### PRIX BARRÉS

La promesse prix est omniprésente sur l'affichage. Une solderie permanente sur laquelle Conforama parie beaucoup.

**49€<sub>,90</sub>**

**- 50%**

**24€<sub>,90</sub>**

stock code: 516192

**3850 m<sup>2</sup>** La surface du Confo Dépôt de Barentin  
**28** salariés  
**De 4 à 8** camions livrent chaque jour la marchandise en fonction des arrivages  
Source : Conforama

■ ■ ■ ■ ■ L'électroménager et les produits techniques, dont les prix sont facilement comparables sur le Net, représentent 55% des ventes. D'ailleurs, « selon moi, la principale concurrence du magasin c'est internet », estime Luis Costea. Pour optimiser la rentabilité, certaines catégories sont peu présentes, comme la cuisine, un produit assez peu standard. En revanche, les canapés, le siège et la literie occupent une bonne place. Quitte à poser un matelas au milieu de l'allée pour le tester.

### Bon bouche-à-oreille

Avec deux types de chariots à sa disposition, le client peut emporter lui-même la quasi-totalité des produits jusqu'à son véhicule, ce qui évite de mobiliser du personnel (seuls 5% des achats

s'effectuent via l'espace retrait des marchandises). Pour rassurer la clientèle, attirée essentiellement par le bouche-à-oreille, Confo Dépôt propose exactement les mêmes services que Conforama : garantie identique, paiement en 10 fois avec la carte de fidélité, livraison. Au sein de l'organisme de Conforama, le même directeur de réseau gère Confo Déco et Confo Dépôt, mais la situation pourrait évoluer avec le développement de l'enseigne discount. À ce jour, il n'existe pas assez de points de vente pour écouler les fins de série des plus de 200 Conforama présents en France. Rien d'étonnant à ce que Thierry Guibert, PDG de Conforama, estime le potentiel de Confo Dépôt « de 30 à 40 magasins à terme ».