

Leroy Merlin teste le magasin collaboratif

Avant l'ouverture de deux magasins coup sur coup en juin, à Paris et au Havre, l'enseigne teste quelques nouvelles idées de merchandising sur un petit format, à Nanterre. Ainsi que de nouveaux services censés le transformer en « magasin 3.0 ».

CHANGEMENT DE TON

Le « bleu navy » sert de couleur de balisage tout au long du magasin. Il pourrait remplacer le vert et le blanc, si cet essai est validé par la centrale. Les « points conseil » des vendeurs gardent, en revanche, les deux couleurs historiques de Leroy Merlin.



Outillage

Jardin

Matériaux

Plomberie

Electricité

Chauffage

Quincaillerie

Menuiserie



Décoration

Eclairage

Peinture

Sol

Salle de bains

Cuisine

Rangement

« **I**ndustriellement vôtre. » C'est par ces deux mots que le client est accueilli dans les escaliers qui le mènent au tout nouveau magasin Leroy Merlin de Nanterre, dans les Hauts-de-Seine. Dans cet espace d'inspiration : une table basse, une lettre lumineuse, une étagère à boulonner, ou encore une lampe à empiler... Il s'agit de quatre objets à réaliser soi-même, un peu à la manière des Fab Lab, ces ateliers partagés

qui permettent de fabriquer de ses propres mains ce qui vous fait plaisir. Après un an et demi de travaux, Leroy Merlin a remplacé But dans cette banlieue de la première couronne de Paris, et ouvert fin mars avec une myriade de nouvelles idées de présentation et de circulation des clients.

Deux clientèles

Ces innovations seront pleinement déployées dans deux nouveaux Leroy Merlin, qui ouvrent

RÉDUIRE L'ATTENTE

Un nouveau système d'attente aux caisses est testé avec un écran, qui appelle le client dès qu'une caisse se libère. Importée des États-Unis, la file d'attente unique permet de fluidifier le passage en caisse.

Retrouvez toutes les photos sur LSA.FR



en juin, l'un en plein Paris, avenue Daumesnil, l'autre au Havre. À Nanterre, Leroy Merlin a deux clientèles, une de proximité, plutôt modeste, et l'autre, venue de la capitale ou de la première couronne, comme ces familles avec jeunes enfants.

«*La concurrence est rude sur le marché du bricolage, concède Sébastien Jonvel, qui a pris les rênes du magasin, après avoir dirigé celui de Saint-Denis, au nord de Paris. La montée en puissance sur la région parisienne n'est pas simple. Il ne suffit pas de donner une réponse à un besoin, il faut faire en sorte que le client se sente à l'aise et que l'on s'occupe bien de lui.*» Dès l'entrée, le café est offert. Des cours de bricolage sont proposés et mis en valeur, juste séparés du magasin par une

cloison transparente. Tout au long du point de vente, des «zones de testing» permettent d'essayer des produits ouverts, comme les vernis pour voir l'effet couvrant, ou des vis et des chevilles.

Tout sur le conseil

La signalétique est améliorée grâce à un changement de couleurs. Le «bleu navy» remplace le vert et le blanc propres à Leroy Merlin. Enfin pas partout ! Les «points conseil» surmontés d'un triangle vert se reconnaissent à une dizaine de mètres. Sachant que, dans le domaine du bricolage, le conseil est essentiel, Leroy Merlin ne lésine pas sur la formation. Tous les vendeurs ont eu droit à une session de six semaines avant l'ouverture du magasin. Primor-

6 700 m²
de superficie

40 000
références

140
salariés

Source : Leroy Merlin, Nanterre

EN STOCK
Toutes les étiquettes électroniques rappellent le stock disponible et le prix. Quelque 40 000 prix sont ainsi présentés.

dial pour dispenser des conseils sur les 40 000 références. Enfin, deux nouveaux services viennent compléter ce concept. Une file unique aux caisses permet d'éviter l'attente, notamment les week-ends où les bricoleurs et bricoleuses sont nombreux. «*C'est du confort supplémentaire pour tout le monde, pour les hôtesse de caisse et pour le client, bien sûr*», estime Sébastien Jonvel. Un service de click & collect rapide est également expérimenté. Le client récupère sa commande passée sur internet au bout de deux heures. «*Cela nous demande beaucoup d'organisation pour les équipes logistiques, notamment*», précise Sébastien Jonvel. Le magasin 3.0 relève d'une équation complexe. ■

MAGALI PICARD



FAIT MAIN
Comme dans les Fab Lab, le bricoleur ou bricoleuse peut concevoir lui-même quatre objets mis en avant par l'enseigne : une table basse, une étagère, une lampe, ou encore une lettre lumineuse.



IDÉES DÉCO
Leroy Merlin n'est pas seulement une enseigne de bricolage, mais aussi de décoration. En témoigne ces mises en avant que l'on retrouve un peu partout dans le magasin, censées donner des idées.



PHOTOS MAGALI PICARD

À SUIVRE

Habituellement placés à la fin du parcours client, les cours de bricolage apparaissent dès l'entrée du magasin de Nanterre. Un «coach décoration» est aussi proposé. Les vendeurs utilisent parfois cet endroit pour expliquer au client comment poser un carrelage mural ou du parquet.

