

Electrostock, le déstockage en circuit court

Après une première ouverture en mars 2012, Electrostock développe son concept de déstockage en le peaufinant du côté de Montévrain (77), au contact direct d'un Boulanger ou d'un Darty.

Produits chers, qui tombent en panne au mauvais moment... Les articles de gros électroménager se prêtent tout particulièrement au déstockage. Electrostock s'en fait donc le spécialiste. Enfin «l'un des», disons, tant le créneau est occupé. Qu'importe, de toute façon : une enseigne vit d'abord dans sa zone de chalandise, même si, bien sûr, le poids des centrales, via les volumes d'achats, fait aussi une grosse différence, au final. Mais puisqu'il est ici question de déstockage, les volumes sont par définition plus petits.

Se faire connaître

«Nous travaillons essentiellement en circuit court avec les marques et un peu aussi avec des intermédiaires grossistes», avance Jean-Thomas Paradowski, l'un des trois cofondateurs de l'enseigne. Comptez, donc, sur une vingtaine de fournisseurs courants, dont une dizaine de principaux. De quoi faire tourner la machine. Ainsi, à Montévrain, tout près du parc Disneyland Paris et de Val d'Europe, 300 références environ sont exposées en permanence, mais jamais les mêmes, évidemment, déstockage

3,2 M€

Le CA attendu en 2016 (contre 2,2 M€ en 2015)

2

Le nombre de magasins Electrostock

800 m²

La surface de vente à Nanteuil-lès-Meaux et 300 m² à Montévrain

300

Le nombre de références environ à Montévrain

Source : Electrostock

oblige. «Nous disposons tout de même d'un peu de référencement permanent, précise Jean-Thomas Paradowski. En télévision, par exemple, nous ne présentons que du "neuf" (comprendre des références non acquises en déstockage, NDLR). C'est un produit d'appel important, sur lequel on ne marge pas, mais qui permet de créer du trafic en magasin.» Soit, in fine, de se faire connaître... C'est en effet l'un des enjeux majeurs. Créer suffi-

samment de confiance pour enclencher l'achat... Les prix de vente pratiqués aident forcément le client à se décider. «Il vient même pour cela, explique Abdel Benkhedidja, autre cofondateur. C'est très variable suivant les arrivages mais, en moyenne, sur des télévisions, nous sommes sur des prix inférieurs de 10 à 15 %, et même de 25 à 30 % sur l'électroménager, pour un panier moyen qui, chez nous, tourne autour de 300 € environ.» Pour

UNE AVENTURE QUI A DÉBUTÉ EN 2012

Après un premier Electrostock ouvert en 2012, le point de vente de Montévrain (ci-contre) a été inauguré en décembre 2014.



que ces prix barrés jouent pleinement leur effet dans l'esprit du futur client, l'idéal est de partir de produits normalement chers, plutôt positionnés sur du haut de gamme, troisièmes et quatrièmes quartiles. Logique: un bon -20% sur une base haute, psychologiquement, ça marche...

L'essentiel du business en GEM

Electrostock qui, en 2015, a publié un chiffre d'affaires de 2,2 millions d'euros (1,2 million dans son magasin de Nanteuil-lès-Meaux, sur 800 m², et 1 million à Montévrain, sur 300 m²), réalise ainsi 77 % de ses volumes de ventes via le GEM, et 80 % de sa marge. C'est là l'essentiel du business, devant le PEM, les arts de la table, la télévision et la literie.

« Electrostock n'est pas un entrepôt, mais un beau magasin avec des vendeurs compétents et des produits de qualité. »

Jean-Thomas Paradowski, associé d'Electrostock



PHOTOS ELECTROSTOCK

Or, qui dit GEM dit maîtrise de l'ensemble de la chaîne logistique, de l'amont jusqu'au consommateur final, comme facteur clé de la réussite. Sans compter sur les services, particulièrement importants sur de tels marchés. « Tout est organisé en interne pour un maximum de flexibilité », précise Abdel Benkhedidja. Electrostock livre ainsi dans une zone de 25 kilo-

mètres autour de ses magasins, avec un tarif forfaitaire de 29 € au-delà. « Ce sont ces questions de service qui sont les plus délicates à manœuvrer pour atteindre l'équilibre », concède-t-il.

Mais Electrostock s'en sort, ayant terminé dans le vert chacun de ses exercices. Avec même, maintenant, des projets plus structurants sur le web. Là, c'est Benoit Delporte, ancien du digital chez L'Oréal et troisième associé du groupe, qui prend le relais: « Nous cherchons à développer davantage les services, en proposant notamment le click & collect, et en profitant du web pour gagner en visibilité et élargir notre catalogue via une plus grande profondeur de gammes. »

JEAN-NOËL CAUSSIL

COMME EN MAGASIN

Les produits d'exposition bien en vue, les cartons prêts à vendre au-dessous. Electrostock soigne le concept.



▲ DÉSTOCKAGE BIEN PRÉSENTÉ

Même si le principe est celui du déstockage, les linéaires restent présentés de façon classique.



▲ UN PEU DE PEM...

Si l'essentiel du chiffre d'affaires est réalisé via le GEM, Electrostock est présent sur tout l'électroménager.



DES FOURS, MAIS PAS QUE

Le principe est celui de la bonne affaire, avec des prix cassés. Pas facile sur de tels marchés, mais contrat rempli.

▲ ...SURTOUT DU GEM

Electrostock réalise 77 % de ses volumes de ventes via les appareils de gros électroménager.



PHOTOS ELECTROSTOCK