

Weldom entre dans Paris

Jusqu'à présent très discrète, l'enseigne qui appartient au même groupe que Leroy Merlin a ouvert, le 22 mars, un magasin dans la capitale. Le premier d'une longue série, si le test s'avère concluant.

A l'image de son propriétaire, le groupe Adeo, qui exploite une douzaine d'enseignes dont la plus célèbre s'appelle Leroy Merlin, Weldom cultive la discrétion. Mais en ouvrant un premier point de vente dans Paris, elle ne pouvait pas passer inaperçue. À quelques kilomètres de Rosa Parks, où Leroy Merlin a inauguré un magasin en début d'année, le nouveau venu a donc ouvert une surface de 1 000 m² (999 exactement), juste en face de la halle Secrétan rénovée, dans le 19^e arrondissement de Paris. Ce premier essai montre à quel point l'enseigne a fait en sorte de s'adapter au mode de vie du Parisien néophyte en bricolage et pressé.

Une palette de services

Comme sa maison mère Leroy Merlin, Weldom a commencé par rencontrer une cinquantaine d'habitants du quartier pour mieux cerner leurs besoins. Résultat : une palette de services. Outre la livraison sous toutes ses formes et divers ateliers, l'enseigne propose des « moments de bricolage » en tête de chaque gondole, autrement dit une offre segmentée par usage. Quelques mètres après l'entrée se trouve une « place », où tous les *jobers* du quartier peuvent

750 M€

Le chiffre d'affaires en 2016

220
magasins

30%
du capital détenu par la Sapec, coopérative de quincailliers

30 €
Le montant du panier moyen

2500 m²
La superficie moyenne

18000
références

Source : Weldom

se retrouver et s'échanger de bons tuyaux. « *Weldom se positionne comme une enseigne de proximité avec une offre adaptée aux besoins des Parisiens* », explique Jean-Jacques Benhamou, directeur marketing de Weldom depuis 2011 et chez Adeo depuis vingt ans. Exemple : en peinture, les couleurs claires l'emportent sur les foncées, les appartements ayant besoin en général de lumière. Même si ce Weldom

parisien reprend, bien sûr, les recettes éprouvées par les 220 magasins du parc, implantés en zone rurale ou dans les villes moyennes.

L'amélioration de la maison

Le tournant a été pris en 2012, alors que les résultats se faisaient attendre... Impensable dans une enseigne de la galaxie Mulliez. « *Nous nous sommes recentrés sur l'entretien, la répa-*



ORANGE ET NOIR

Une nouvelle identité visuelle, balisée de ces deux couleurs et de grandes photos inspirées de la marque de mode All Saints, contribue à rendre l'enseigne plus moderne.

ration et l'amélioration de la maison, détaille Jean-Jacques Benhamou. Alors que Leroy Merlin se positionne sur le "projet", Weldom fait en sorte d'aider les gens à ce que leur maison dure plus longtemps. » Par exemple, Weldom va proposer un nombre important de barres de seuil et peu de parquets, point fort de Leroy Merlin. Ou encore, au rayon des robinets, on trouvera le modèle qu'il faut changer le plus souvent dans une maison, celui de la cuisine ou de la salle de bains. Et ainsi de suite... Un point commun cependant : les marques propres que Weldom partage avec Leroy Merlin, comme Luxens pour la peinture ou Dexter pour l'outillage. Avec 30 % du chiffre

« Alors que Leroy Merlin se positionne sur le "projet", Weldom fait en sorte d'aider les gens à ce que leur maison dure plus longtemps. »

Jean-Jacques Benhamou, directeur marketing de Weldom



PHOTOS WELDOM

d'affaires, elles génèrent des gains à l'achat non négligeables.

Des « clubs partenaires »

Des choix forts que tout le réseau n'a pas forcément suivis. Une partie des magasins, franchisés, a fait le choix de ne plus porter l'enseigne et de garder juste l'affiliation aux achats.

Ces magasins « clubs partenaires » sont 135 à ce jour et seront 150 d'ici à la fin de l'année. Mais, au bout du compte, le virage engagé par Weldom s'avère payant. À 750 millions d'euros, le chiffre d'affaires progresse de 2,3 %. C'est bien mieux que le marché (-0,25 %, selon la Banque de France). La croissance se fait grâce à quatre ouvertures par an en moyenne. Au programme dans les prochains mois, Fauquembergues (Pas-de-Calais), à Aix-sur-Vienne, près de Limoges, et Feurs, dans la Loire. Une fois le modèle parisien validé, le développement dans la capitale pourrait se faire en franchise, à raison de 25 à 30 magasins d'ici à cinq ans. ■

MAGALI PICARD

MARQUES PROPRES

Ce sont les mêmes que chez Leroy Merlin. Elles réalisent un petit tiers du chiffre d'affaires total de Weldom.

UNE OFFRE SEGMENTÉE PAR USAGE
Dans chaque rayon, le bricoleur parisien est conseillé par usage.



SERVICES

Le magasin parisien propose la livraison sous toutes ses formes, y compris entre particuliers, à l'américaine.



MAGASIN DE PROXIMITÉ
Implanté dans les zones rurales sur des superficies allant de 1500 à 4000 m², Weldom s'est recentré sur l'entretien et la réparation.

MOMENTS DE BRICOLAGE
Les têtes de gondole fonctionnent par «instants de bricolage», offrant tout ce qu'il faut pour repeindre une pièce humide, déboucher une canalisation...