

BBG accélère son expansion

L'enseigne indépendante spécialiste du bio vient d'ouvrir son troisième magasin à Outreau, dans le Pas-de-Calais, et en prépare deux autres dans le Nord, à Hazebrouck et Capinghem, d'ici à mi-juin. Elle continue d'enrichir son assortiment et développe ses services.

Le 3 mai, les clients sont venus nombreux pour l'ouverture du magasin BBG sur la zone commerciale E. Leclerc d'Outreau. Une enseigne pourtant inconnue dans le Boulonnais et qui n'a pas les moyens de communication des leaders de la distribution. «*L'affluence a été bien supérieure à nos prévisions. Les douze premiers jours, nous avons totalisé plus de 5 700 passages en caisse et créé 2 054 comptes de fidélité*», se réjouit Vincent Ghesquier, cofondateur, avec Francis et Stéphane Brichet, de cette enseigne spécialisée dans le bio. BBG (pour Bio, Bon et Gourmand) propose sur 900 m² une offre riche de 13 000 références (les trois quarts en alimentaire, le reste pour l'entretien de la maison et l'hygiène-beauté).

Comme dans les deux premiers magasins, créés respectivement à Marquette-lez-Lille, en mars 2011 (930 m² après une extension fin 2016), et à Lezennes, en novembre 2015 (750 m²), ce nouveau point de vente se caractérise par une décoration très soignée (sol, plafond et muraux noirs, signalétique blanche et verte) et un agencement offrant beaucoup de confort aux clients. Un concept très abouti, ce qui n'est guère

900 m²

La surface de vente

13 000

références

4

caisses

14

salariés en CDI

7 jours sur 7

Ouvert de 9 h 30 à 19 heures en semaine, de 9 heures à 19 h 30 le samedi et de 9 h 30 à 12 h 30 le dimanche

Source : BBG

surprenant compte tenu des années d'expérience cumulées par les trois associés au sein de grandes enseignes (Decathlon, Auchan, Cora), ainsi qu'à travers leur société de conseil, Atout Merchandising.

Beaucoup de vrac

«*Nous travaillons avec la centrale de référencement Les Comptoirs de la Bio pour environ 30 % de notre assortiment et nous privilégions le plus possible le*

circuit court et l'approvisionnement local, qui s'enrichit régulièrement», poursuit Vincent Ghesquier. Ainsi, BBG travaille avec la société Spenninck, au MIN de Lomme, les Serres des prés, à Villeneuve-d'Ascq, la brasserie Moulins d'Ascq, la brasserie bio d'Ohain et les cosmétiques Avril, entre autres. Dès sa création, l'enseigne a évidemment proposé des produits secs en vrac, dont l'offre dépasse aujourd'hui les 220 ré-

EXPANSION

BBG vient d'ouvrir son troisième point de vente à Outreau et en annonce deux autres dans le Nord d'ici à la mi-juin.



férences (100 m²). Et, via la société Jean Bouteille, elle valorise 18 références de vrac liquide alimentaire (huiles, vinaigres, soja...) et non alimentaire (produits lessiviels et, depuis peu, hygiène de la personne).

Une expansion raisonnée

À Outreau, elle vend aussi des épices et condiments, qui seront rapidement déployés dans les autres magasins avec la mise à disposition de bocaux et sacs en tissu pour limiter les emballages. Elle y a également développé une offre de pain frais en partenariat avec L'Angélus. L'enseigne se caractérise par la qualité de son accueil et le fait qu'elle embauche ses salariés directement en CDI à temps



« BBG est une enseigne indépendante qui peut dupliquer son concept dès lors qu'il est rentable ! C'est le cas depuis 2015 et nous accélérons aujourd'hui notre expansion. »

Vincent Chesquier, cofondateur de BBG

complet. « Nous sommes une entreprise familiale, à taille humaine. Tous nos collaborateurs suivent trois mois de formation qui leur permettent d'être polyvalents, impliqués et disponibles pour nos clients », assure Francis Brichet. Enfin, elle développe de nouveaux services comme des cours de cuisine, des soins à la personne, des

formations pour créer ses produits d'entretien ou cosmétiques et même, bientôt, des conférences. La formule semble aujourd'hui bien rodée, avec plus de 44 000 clients ayant un compte fidélité. Après trois premiers exercices difficiles, BBG commence aussi à gagner de l'argent, condition *sine qua non* pour se développer.

Sans préciser son chiffre d'affaires, l'enseigne (70 salariés) annonce une croissance conforme à celle du marché du bio (+ 18,6 % en 2016, selon Iri). Et s'apprête à ouvrir deux nouveaux points de vente (700 m² chacun), fin mai à Hazebrouck, et mi-juin à Capinghem, en se donnant le temps de les lancer avant d'en envisager d'autres. ■ FRANÇOIS LECOQ

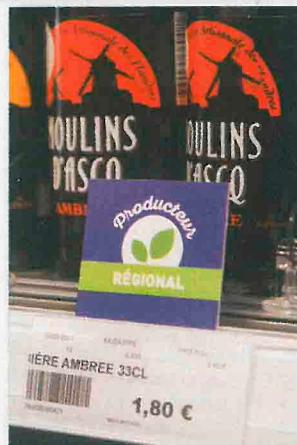
CONFORT D'ACHAT

BBG propose une offre de 13000 références sur des surfaces de 700 à 900 m² avec un agencement intérieur privilégiant le confort d'achat.

VRAC
BBG présente plus de 220 références de vrac en épicerie sèche, déployées sur 100 m².



PHOTOS SEBASTIEN JARRY/ANDIA.FR



LOCAL
L'approvisionnement local et le circuit court, valorisés dans les rayons, sont privilégiés.

DURABLE
L'enseigne propose des bocaux ou des sacs en tissu réutilisables pour les produits vendus en vrac, afin de réduire les emballages.