

Saint-Gobain vise les particuliers

L'entreprise française va transformer quelques-uns de ses showrooms Cedeo ou Brossette en une nouvelle enseigne, Envie de salle de bains. Son ambition : conquérir le grand public tout en chouchoutant sa clientèle professionnelle. D'ici à fin 2018, 35 magasins devraient ouvrir.

Dans la stratégie de conquête des particuliers de Saint-Gobain, Envie de salle de bains occupe une place importante. « Avec cette treizième enseigne, nous allons essayer de vendre davantage au grand public, tout en leur proposant les services des professionnels », explique d'emblée Patrice Richard, PDG de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France. L'idée est partie d'un constat sans appel : pros, artisans, TPE, tous se trouvent de plus en plus déstabilisés par des particuliers bien informés et influents. « Le petit professionnel peut même se trouver en face d'un client plus au fait des choses que lui », ajoute Patrice Richard.

Un numéro d'équilibriste

Déjà riche de douze enseignes, toutes spécialisées sur des créneaux bien précis (plomberie, électricité, carrelage...), la filiale de Saint-Gobain se lance dans la salle de bains. Ou plutôt se relance. Car au cimetière des enseignes de salles de bains, Saint-Gobain en compte déjà deux, GME et Aquamondo, deux aventures qui se sont mal terminées dans les années 2000.

Doté d'un nouveau nom, Envie de salle de bains, le magasin phare vient d'ouvrir boulevard Richard-Lenoir, à Paris. Pour

7 Mrds€
de chiffre d'affaires
pour la filiale Saint-Gobain
Distribution

+4%
La croissance de
l'activité en 2017

23 000
collaborateurs

13
enseignes
Source : Saint-Gobain
Distribution

réussir ce numéro d'équilibriste – séduire les particuliers tout en apportant du business aux artisans –, Patrice Richard est allé chercher une experte... chez Darty. Pour Muriel Mouton, un poste sur mesure a été créé, celui de directrice des solutions maison. Cette dernière a pensé cette nouvelle enseigne autour d'une douzaine de styles et quatorze solutions d'aménagement. « Avec Envie de salle de bains, nous voulons être un réseau de magasins spécialistes inspirants et apporteurs de solutions », indique-t-elle.

Vous avez 6,5 mètres carrés et une famille nombreuse? Conçue pour que jeunes et moins

jeunes puissent y passer, La Tribu est faite pour vous. Superficie, budget, cible, chaque salle de bains est présentée sur les 550 mètres carrés parisiens. Après une zone d'exposition en présentant une dizaine, place est faite à un large éventail de robinets, douches, jusqu'au carrelage, aux meubles et aux accessoires.

Trois âges clés dans une vie

Que Saint-Gobain dispose d'une expertise sur tous les métiers nécessaires à la confection d'une salle de bains, nul n'en doute. Le groupe, qui réalise 7 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans la distribution



DEUX CONCEPTS
Envie de salle de bains prône deux concepts : Sensation et Inspiration. Le premier doit s'implanter dans les grandes villes avec un potentiel de 25 magasins, le second s'applique aux showrooms transformés dans les zones d'activités des villes moyennes.

avec Envie de salle de bains

d'articles de chauffage, plomberie, sanitaires, touche 310 000 entreprises du bâtiment sur 450 000 en France. Mais pour convaincre le particulier, c'est plus compliqué. Aujourd'hui, le marché semble prêt aux yeux de Patrice Richard : « La salle de bains n'est pas encore préemptée. Dans une vie, il y a trois moments où l'on change son habitat : 35, 38 et 63 ans. » À chacun de ces âges, le sujet de la salle de bains reviendrait sur la table, selon les experts en marketing.

« Avec Envie de salle de bains, nous voulons être un réseau de magasins spécialistes inspirants et apporteurs de solutions. »

Muriel Mouton, directrice des solutions maison chez Saint-Gobain Distribution



© SGB FRANCE

Lancée à toute allure dans la reconquête des particuliers, la filiale de Saint-Gobain nourrit de grandes ambitions. Avant Paris, quatre magasins ont déjà ouvert à Lille, Angers, Sal-

anches et Rouen. Le nouveau réseau en comptera dix d'ici à la fin de l'année : Annecy, Antibes, Toulouse, Clermont-Ferrand, Orléans, Poitiers. Et il y a encore de la ressource : le groupe compte 210 showrooms Cedeo et Brossette. Or, dans la plupart des cas, l'idée est de transformer certains de ces points de vente en Envie de salle de bains. Ce qui laisse présager, selon Patrice Richard, une vingtaine d'ouvertures par an, soit 35 magasins d'ici à fin 2018. ■

MAGALI PICARD



▲ À CHACUN SA PIÈCE

Familiales, gain de place, grands formats et spéciales sont les quatre thèmes regroupant l'offre sur 550 m². Des ambiances sont aussi exposées : ici l'exotique, mais aussi romantique ou vintage...



▲ SOUS-EXPLOITÉ

La salle de bains est la pièce que beaucoup de Français rêvent de refaire, mais peu passent à l'acte. Les premiers prix démarrent à 1 000 €, notamment grâce à la marque propre Alterna.

▲ MULTIPLES ACCESSOIRES

Hormis les salles de bains, place est aussi faite à un large éventail de robinets, douches, carrelages et accessoires.

PHOTOS : © MELINA VERNANT



▲ CONSEILS DE PRO

Saint-Gobain compte s'appuyer sur son expertise pour convaincre une clientèle qui fréquente plutôt les grandes surfaces de bricolage.