

# Auchanbio fait ses premiers pas à Marquette-les-Lille

Après Carrefour et avant E. Leclerc, qui promet un concept abouti dans quelques mois, Auchan a dévoilé fin 2017 son approche d'un magasin bio spécialisé. Son plus, il mise sur la cuisine et la restauration.

**A**uchan semble décidé à mettre les bouchées doubles pour déployer son nouveau concept bio, ouvert le 8 novembre à Marquette-lez-Lille (59). Le retard pris par rapport à Naturalia, l'enseigne de Monoprix et ses bientôt 160 magasins, ou Carrefour bio, et ses 15 unités, est important. Néanmoins, après cinq mois de travail, les équipes d'Auchan peuvent se targuer d'avoir rendu une copie très propre. « Auchanbio propose un assortiment de 4 200 références qui devrait rapidement monter à 5 000, avec 470 produits à marque Auchan dont 56 à moins de 1 €, ce qui illustre nos engagements en termes d'attractivité et de qualité pour une alimentation bonne, saine et accessible », se félicite Patrick Espasa, ex-président d'Auchan Retail France.

Une stratégie poussée jusque dans la création, au centre du point de vente et sur 45 m<sup>2</sup>, d'un stand où deux cuisiniers élaborent des plats avec les produits du magasin (soupes, sandwichs, salades, plats à réchauffer, desserts), sans oublier la fraîche découpe.

## 16 000 CLIENTS ESPÉRÉS PAR SEMAINE

Malgré un investissement mesuré, le magasin est une réussite. Le parti pris mise sur un sol en béton anthracite et un plafond brut de décoffrage, avec un mobilier en bois et en métal brossé noir, un éclairage 100 % led et des piliers carrelés de blanc. L'ensemble affiche une montée en gamme évoquant l'épicerie



**COPIE PROPRE**  
Il aura fallu cinq mois aux équipes d'Auchan pour créer son nouveau concept. Sur 450 m<sup>2</sup>, le magasin répond aux engagements du groupe pour une alimentation bonne, saine et de qualité.

### LES IDÉES À RETENIR



**Un stand au centre du magasin** où deux cuisiniers élaborent des plats avec les produits du point de vente (soupes, sandwichs, salade...).

**Une architecture intérieure réussie** valorisant l'offre.



PHOTOS FRANCK CRUSIAUX/REA

fine, tout en donnant l'impression d'un assortiment assez riche pour le quotidien. Les rayons se répartissent autour de la cuisine : dès l'entrée, le vrac, la cave à bières et vins, les fruits et légumes puis la crémierie, le frais LS, l'épicerie sèche ; vers l'encaissement, l'univers santé-beauté-entretien de la maison, avec enfin un rayon pour les nouveau-nés et même une gondole librairie. Pas de révolution en termes d'assortiment, notamment parce que

nombre de marques spécialistes du bio ne souhaitent pas travailler avec Auchan. « Nous visons 16 000 clients par semaine », espère Thierry Giazd, le nouveau directeur d'Auchanbio. Quant à son déploiement, même si Auchan veut se donner le temps de valider économiquement le concept, Patrick Espasa a confié à l'AFP qu'il verrait bien au minimum une centaine de magasins sous cette enseigne. ●

**FRANÇOIS LECOQ,**  
À MARQUETTE-LEZ-LILLE

**EN FORME...**  
Juste avant la sortie du magasin, un rayon, bien fourni, propose produits de santé-beauté et entretien de la maison.