

But et Lutz font leurs premiers pas ensemble

Pour l'année II du rachat de But par le groupe de meubles germano-autrichien Lutz, les projets et les tests se multiplient, avec une montée en gamme et une accélération sur la déco.

LES SIGNES CONCRETS DU RAPPROCHEMENT AVEC LUTZ

- Des achats en commun, notamment pour les meubles.
- Le test de l'enseigne de « jeune habitat » Mōmax dans deux magasins But à partir du mois de juin prochain.
- Le lancement d'une collection de meubles de jardin dans une centaine de magasins But.

Chaque année, But tient trois conventions : l'une sur la cuisine à l'automne, l'autre sur le meuble en mars et la dernière sur l'électronique en mai. Du 10 au 12 mars, donc dans les allées de l'hippodrome de Vincennes (Val-de-Marne), 1 000 directeurs de magasin et chefs de produit ont fait leurs emplettes pour les prochaines collections. Et pour la deuxième année consécutive, ils ont pu découvrir les produits de leur actionnaire, le groupe germano-autrichien Lutz. Comme des canapés XXL ou des meubles de jardin. Une collection «jardin» fera d'ailleurs son entrée dans une centaine de magasins dès ce printemps.

« Nous allons sur les salons ensemble, à Cologne, Shanghai ou Milan, raconte Maï Fraissinet, responsable des achats pour le living chez But. C'est sur une montée en gamme des produits que nous travaillons le plus avec Lutz. Ils font très peu de volumes avec beaucoup de références alors que nous, c'est plutôt l'inverse. » Depuis que Lutz (570 magasins, 5,5 milliards d'euros de chiffre



Lors de la convention de l'enseigne, à Vincennes, du 10 au 12 mars, les directeurs de magasin ont découvert le label Design by But et la nouvelle offre de décoration.

12 nouveaux magasins sont prévus en 2018. Le potentiel est estimé à **360** pour un groupe qui en compte **303** à ce jour

5% du CA sont réalisés par les ventes sur le Net, qui doivent croître

8% du CA proviennent de la décoration, un chiffre qui doit doubler. Un label sur **200 à 300** produits, Design by But est lancé

Source : But



© JENNIFER DELHOTELLER/BUT

d'affaires), associé au fonds américain CD&R, a racheté But, en novembre 2016, le rapprochement se concrétise peu à peu.

Minicollections régulières

Toutes les équipes de But sont allées outre-Rhin visiter les magasins. Lutz compte plusieurs formats, dont deux enseignes, Möbelix, positionnée sur l'entrée de gamme, et Mōmax, qualifiée de « jeune habitat » par les dirigeants de But, à mi-chemin entre Ikea et Alinéa. C'est cette dernière, déjà 75 magasins à son actif et 21 ouvertures prévues cette année, qui apparaîtra dans deux magasins But en juin, à Plaisir (78) et à Tourville (76). « Nous avons fait le choix de développer la décoration, précise Hervé Delille, directeur général des ventes chez But. 4 500 m² vont y être consacrés dans ces deux magasins. »

Ces deux tests illustrent bien la complémentarité entre Lutz et But. Le premier réalise un tiers de son chiffre d'affaires sur la

déco, quand But stagne à 8 %. « Nous voulons doubler », affirme Olivier Hattu, responsable de la décoration pour l'enseigne. Hormis l'expérience en magasins, l'offre a été aussi renouvelée cette année, à hauteur de 40 %. Les directeurs de magasin ont découvert à Vincennes le label Design by But. « Ce sont des produits dessinés par nous et qui apportent quelque chose de nouveau », signale Olivier Hattu. L'objectif, c'est d'arriver à changer près de la moitié de nos références en déco chaque année. » But travaille avec des importateurs pour lancer ces minicollections spécifiques.

Cet intérêt pour les petits objets a deux objectifs : d'une part, la déco est génératrice de fortes marges (60 %), d'autre part, elle fait venir du monde dans ces magasins situés pour la plupart à la lisière des villes. Avec un parc de 303 magasins, le numéro deux de l'équipement de la maison couvre déjà bien le territoire français. Mais pas assez aux yeux d'Hervé Delille, qui annonce une reprise des ouvertures pour 2018 (12 au total). Sarlat, Issoire, Brive-la-Gaillarde, Brignoles, Arras ou Alençon vont voir arriver leur But. « Nous pouvons aller jusqu'à 360 magasins », annonce-t-il. Encore faut-il que le chiffre d'affaires suive, lequel doit avoisiner 1,7 milliard d'euros, sans confirmation de l'enseigne qui ne le communique plus depuis son rachat par Lutz. ■ MAGALI PICARD