

## QUESTIONS À...

### David MOULIN, Directeur du Développement France de Mr.Bricolage

**Mr.Bricolage**

David MOULIN,  
Directeur du Développement France de Mr.Bricolage

#### Pouvez-vous nous présenter Mr.Bricolage en quelques chiffres clefs ?

Mr.Bricolage est né **il y a 50 ans** de l'union d'une dizaine de quincaillers indépendants de la région d'Orléans qui se sont regroupés sous le nom d'ANPF : Association Nationale des Promoteurs du Faites-le-vous-même. La marque Mr.Bricolage est née en 1980 et fêtera ses 40 ans l'année prochaine.

Au 31 décembre 2018, le groupe Mr.Bricolage est constitué d'un réseau de **764 magasins** : (i) 317 détenus par des adhérents-entrepreneurs (248 en France et 69 à l'international), (ii) 382 sous enseigne Briconautes et affiliés et 65 magasins détenus en propre. Les **170 adhérents-entrepreneurs** du groupe sont également ses actionnaires majoritaires, ils détiennent plus de 60 % du capital de l'entreprise.

Un magasin de bricolage sur trois en France est un magasin du groupe Mr.Bricolage.

Avec une moyenne de 20 magasins ouverts chaque année, nous poursuivons notre ambition de développement en misant sur 1.000 points de vente à l'horizon 2028.

Nous souhaitons nous concentrer sur l'ouverture de magasins de proximité, moins coûteux pour couvrir l'ensemble du territoire. **Notre objectif : un magasin du groupe Mr.Bricolage à moins de 20 minutes de chaque Français.**

#### Comment se porte le marché et comment évolue-t-il ?

Le marché du bricolage continue de progresser. Il représentait plus de 26 milliards d'euros en 2018, en croissance de 0,4 % par rapport à 2018 (source : FMB / Inoha). Il se répartit entre les distributeurs historiques, d'une part et les *pure players* web, d'autre part.

C'est un secteur qui doit se transformer. Les parcours clients omnicanaux et les nouveaux comportements d'achats nous conduisent à faire évoluer nos magasins pour répondre à cette nouvelle donne.

#### Quelle est la spécificité de Mr.Bricolage par rapport à la concurrence ?

**La relation** qui nous unit à nos clients. Une relation authentique construite sur **la proximité**. La proximité géographique d'abord : avec près de 700 points de vente, notre maillage territorial est très dense. Et notre proximité humaine : nous connaissons nos clients, nous sommes proches de leurs besoins et toujours prêts à leur rendre service en magasins. **C'est ce sens client et cette serviabilité que plébiscitent nos clients quand ils viennent chez nous.**

## Un nouveau concept a été lancé, quelles en sont ses caractéristiques en termes d'offre, de format, de service ?

Le nouveau concept de magasins, présenté en mars 2018, incarne le positionnement de proximité de Mr.Bricolage. Il s'organise autour de quatre piliers de commerce :

- **L'Entraide** est un espace physique qui rend concret notre positionnement de proximité et de serviabilité dans nos magasins. Cet espace, mis à la disposition de tous et animé par l'équipe du magasin, est un véritable lieu de vie et de partage qui traduit notre ancrage dans l'environnement local. Cet espace a été conçu pour nos clients, d'abord pour les accueillir, les écouter, les aider à faire eux-mêmes, leur donner des conseils sur leurs projets, leur permettre d'animer des ateliers pour partager leurs passions (décoration, relooking de meubles, jardinage, etc.) autour d'un café. Il est destiné également à nos partenaires, aux entrepreneurs et associations locaux qui peuvent l'utiliser gratuitement pour se réunir ou promouvoir leurs activités ;
- **La DELIVERIE**, pour réunir le meilleur du web et le meilleur du local. C'est le point de rencontre de l'offre physique et digitale qui nous donne la possibilité de pousser les murs du magasin en proposant 70 000 références à un click de nos clients ;

- **Le fond de maison** propose les produits incontournables pour que tout fonctionne à la maison et dans le jardin au quotidien. Il s'agit de produits du quotidien proposés via notre marque propre Inventiv ou les marques partenaires ;
- **Les solutions Inventiv** pour accompagner les clients dans tous leurs projets, à moindre coûts.

Le déploiement de ce nouveau concept est en cours au sein du réseau Mr.Bricolage. Le groupe ambitionne de le mettre en œuvre dans + de 30 magasins chaque année.

## Implique-t-il une nouvelle stratégie de développement en termes de recherche d'emplacements, de type de zone de chalandise ?

Non, le nouveau concept peut être implanté sur tous les formats de magasins et chaque nouveau point de vente intègrera les quatre piliers du commerce.

## Le Do It Yourself est une tendance de fond, comment le traduisez-vous au sein de votre enseigne ? Est-ce un avantage ?

Chez Mr.Bricolage, nous aidons nos clients à faire eux-mêmes.



© www.toute-la-franchise.com

C'est-à-dire que nous leur apportons les conseils et les solutions dont ils ont besoin pour mener à bien tous leurs projets d'aménagement, d'embellissement de leur maison et de leur jardin. Des ateliers sont organisés dans les espaces Entraide des magasins au nouveau concept pour les accompagner justement. Nous mettons à leur disposition fiches conseils, tutoriels et outils pour qu'ils puissent être épaulés à toutes les étapes de leur projet.

### **Mr.Bricolage amorce un virage stratégique avec la volonté de céder les magasins intégrés pour se développer en franchise, quel est l'objectif de cette évolution ?**

D'un modèle coopératif d'entrepreneurs du bricolage, le groupe Mr.Bricolage s'est progressivement transformé en une structure hybride à deux vitesses avec : (i) d'une part, des magasins adhérents et affiliés gérés par des entrepreneurs qui contribuent à la croissance de l'entreprise et (ii) d'autre part, des magasins intégrés aux faibles performances structurelles.

En accélérant le recentrage du groupe sur son activité historique de « Services aux réseaux », Mr.Bricolage réaffirme la pertinence du modèle qui fait le succès de l'enseigne depuis ses débuts : l'alliance de (i) la performance d'un réseau de magasins détenus par des adhérents-entrepreneurs et (ii) la puissance d'une centrale d'achats et de services compétitifs, entièrement centrée sur l'accompagnement des magasins de son réseau.

Dès 2020, le groupe Mr.Bricolage sera définitivement reconfiguré en un réseau 100 % adhérents.

### **Quel profil de franchisés recherchez-vous pour mettre en application ce développement ?**

Nous cherchons des candidats entrepreneurs dynamiques et ambitieux qui, outre leurs compétences de commerçants et de gestionnaires, partageront nos valeurs phares que sont la proximité, la serviabilité et la solidarité. ■