







Les beaux jours seront propices aux projets de bricolage, de jardinage et de décoration chez Bricomarché, **Brico Cash et Bricorama**

À l'approche de la saison dédiée aux travaux d'aménagement et de rénovation, comme aux envies de renouveau, les enseignes Équipement de la Maison du Groupement Les Mousquetaires fourmillent d'idées et d'innovations pour accompagner leurs clients dans tous leurs projets, et en garantir l'aboutissement!

C'est un constat partagé par les trois enseignes : les attentes des clients évoluent. Avec la multitude d'informations, de conseils et de tutoriels disponibles sur Internet, les consommateurs deviennent de plus en plus techniciens, de plus en plus performants, et sont en capacité d'évaluer et d'arbitrer entre la réalisation de leurs projets par eux-mêmes ou en les déléquant à d'autres. Le rôle des points de vente doit donc

Si la grande surface de bricolage (GSB) reste le lieu privilégié pour concrétiser ses projets et s'assurer

évoluer.

de faire le bon choix (selon 78 % des Français interrogés récemment par Opinion Way pour la FMB), il ne s'agit plus seulement de vendre des produits mais d'accompagner le client, c'est-à-dire l'écouter, échanger avec lui et le conseiller pour faciliter la réalisation de son projet jusqu'à son aboutissement. Il faut aussi, de plus en plus, lui apporter les services associés aux produits.

Bricomarché, Brico Cash et Bricorama se focalisent sur la réussite du projet de leur client, quel qu'il soit.







Pour ce faire, elles s'appuient, en premier lieu, sur l'expertise et la capacité de conseil de leurs collaborateurs. Ainsi que sur le déploiement de nouveaux services qui permettent de répondre à tous les besoins et à toutes les contraintes des clients.

Un nouveau rôle pour les équipes

Véritables « conseillers », les équipes Mousquetaires se veulent en mesure d'analyser le besoin du client, d'analyser sa capacité à effectuer, ou non, ses travaux, puis de lui proposer les solutions techniques et de finition s'il souhaite réaliser ses travaux lui-même. Ou des solutions de pose si ce n'est pas le cas.

Une réponse complète, de la réflexion initiale à la finalisation du projet client

En collaboration avec la direction de l'Innovation des Mousquetaires, les enseignes Bricomarché, Brico Cash et Bricorama multiplient, notamment, les partenariats avec des startup pour proposer à leurs clients des solutions simples mais novatrices qui reposent sur la mise en relation de professionnel à particulier ou de particulier à particulier, et sur la transition vers une économie de l'usage (vs l'économie de possession). L'objectif est, peu à peu, d'intégrer les évolutions structurelles qui transforment l'univers de la distribution.

lobber ou artisan... Les Mousquetaires favorisent la mise en relation et développent les services à domicile

Robinet qui goutte, meuble à poser, petite réparation... Les Mousquetaires proposent le concept de bricoleurs-jobber à domicile pour réaliser les petits travaux de bricolage.

Ce service, déployé en partenariat avec la startup YoupiJob, permet aux clients des enseignes Bricomarché et Brico Cash, et très prochainement Bricorama, de bénéficier d'un service à domicile pour la réalisation de leurs petits travaux, en toute légalité et couverts par une assurance.

Lorsqu'il identifie un besoin ou une difficulté chez un client, le conseiller en point de vente peut lui proposer une solution concrète et trouver avec lui, sur la plateforme web cobrandée Bricomarché et **YoupiJob**, un particulier aquerri pour réaliser ses travaux. Le conseiller renseigne le client sur les démarches et peut lui donner une estimation juste du montant. Le client peut alors commander une prestation YoupiJob via le site des enseignes. La plateforme propose en temps réel un prestataire expérimenté et assuré, et un devis.

À noter également que Youpijob, au-delà du bricolage, répond à une demande forte des clients des enseignes Mousquetaires : l'entretien du jardin. Un service parfaitement adapté à la clientèle rurale et périurbaine.

souhaitent une prestation de bricolage

concernent le jardin (tonte pelouse, taille de haies...)



Notre maillage territorial et la proximité, qui en découle, nous offrent une opportunité exceptionnelle, celle de pouvoir référencer des «jobber» parmi nos clients les plus experts. En effet, nous connaissons très bien nos clients, leur niveau de technicité et leur savoir-être. un point qui nous semble essentiel dans cette mise en relation entre particuliers. Nous avons ainsi le sentiment de mieux maîtriser ce service. Cela répond, aussi, à notre engagement d'amerier nos clients à la réussite de leur projet,

précise Pascal Jeanney, adhérent Bricomarché à Neufchâteau (Vosges).



Pour des chantiers plus complexes, Les Mousquetaires proposent les compétences et l'expertise de professionnels sourcés par la start-up IZI by EDF

Rénover sa maison, poser un parquet ou refaire son électricité s'avère technique et stressant pour nombre de particuliers qui préfèrent faire appel à un professionnel. Pour répondre à cette demande, l'enseigne Bricorama a noué un partenariat avec IZI by EDF, déployé dans un premier temps dans les points de vente situés en zone urbaine.

La plateforme web IZI by EDF répertorie près de 1 000 artisans dont les prestations sont couvertes par les assurances et garanties usuelles des professionnels.



chantiers réalisés

Notation movenne des clients

Ce partenariat est promis à un bel avenir et devrait rapidement se déployer dans l'ensemble des magasins de bricolage du Groupement Les Mousquetaires.



Si l'acte d'achat est simplifié par les nombreux conseils et informations disponibles en magasins et sur Internet, la phase de mise en œuvre s'avère, pour beaucoup de nos clients, largement plus compliquée. Ces derniers trouvent dans ce service une solution qui répond à leurs besoins : une mise en relation aisée avec des professionnels compétents et l'assurance d'un projet conduit jusqu'au bout, dans un délai d'intervention rapide et de manière qualitative. Le partenariat noué avec IZI by EDF permet à nos clients d'accéder aux 300 services forfaitisés par la start-up, couvrant la peinture, l'aménagement, la plomberie, l'électricité ou encore la rénovation. Un large champ d'action qui satisfait nos clients,

précise Pascal Jeanney, adhérent Bricomarché à Neufchâteau (Vosges).



Les Mousquetaires se mettent en 4... ou 2 roues pour assurer la livraison

Achats volumineux: Les Mousquetaires proposent une livraison à domicile en partenariat avec la startup Trusk

C'est un problème majeur et récurrent pour les clients des surfaces de bricolage: transporter ou se faire livrer, à prix abordable, du matériel lourd et encombrant.

C'est pourquoi Bricorama propose à ses clients un service de livraison à la demande, aux jours et heures ouvrables des magasins, y compris les dimanches et jours fériés, en partenariat avec la start-up française



Les transporteurs disponibles via la plateforme Trusk, les « truskers », sont des professionnels formés, ce qui garantit un service fiable et de qualité.

Gage de sécurité, la marchandise livrée est déposée au domicile du client, elle n'est jamais laissée en bas d'un immeuble. La prise de rendez-vous se fait au magasin et le client paie le montant de la course préalablement, à la caisse du point de vente.

La livraison peut se faire en mode express, 3 heures après le paiement, ou sur rendez-vous planifié, au jour et à l'heure choisis par le client.

Premiers points de vente éligibles au service de livraison Trusk, les magasins Bricorama, situés en milieu urbain.

panier moven

Notation movenne des clients

Un satisfecit des clients qui souligne leur appétence pour ce type de service.



Avec ce service, nous proposons un accompagnement complet des clients qui viennent en magasin, du conseil à la livraison. Cela nous semble indispensable pour pérenniser le lien de proximité qui se tisse avec eux. Ils comptent sur nous pour les conseiller dans la réalisation de leur projet et son aboutissement. La livraison des matériaux et outils nécessaires est un critère-clé de cette réussite, encore plus prégnant en zone urbaine où nombre d'habitants n'ont pas de véhicule adapté à ce type de transport,

précise Pascal Jeanney, adhérent Bricomarché à Neufchâteau (Vosges).



K-Ryole, un service de livraison à vélo surprenant mais agile en ville!

En test dans les magasins Bricorama, ce service de livraison s'effectue à vélo avec une remorque électrique qui permet de transporter sans effort jusqu'à 250 kg de marchandise. Conçu pour le milieu urbain, ce service combine agilité, mobilité et respect de l'environnement. C'est une bonne alternative à la camionnette (à essence) pour des livraisons de proximité.





Nos clients apprécient cette solution de livraison très écolo qu'ils trouvent amusante. Nos livreurs aussi, qui saluent la stabilité, la puissance et l'agilité dans la rue de la remorque électrique K-Ryole. En multipliant les initiatives innovantes au sein de nos magasins, nous enrichissons l'expérience clients et leur montrons que nous sommes à l'écoute de leurs attentes et de leurs exigences, notamment en termes de développement durable,

précise Pascal Jeanney, adhérent Bricomarché à Neufchâteau (Vosges).







Pour des besoins ponctuels ou spécifiques... la location a tout bon!

Qu'il s'agisse de matériel de bricolage...

Du bon matériel dépend souvent la bonne mise en œuvre d'un projet de bricolage ou de décoration. Bricomarché et Bricorama avec leur partenaire Loxam, Brico Cash avec son partenaire Boels, proposent à leurs clients un large choix de matériel en location pour répondre à tous leurs besoins ponctuels, qu'il s'agisse de très gros travaux ou de projets nécessitant un équipement spécialisé.

Ou de mobilité...

La mobilité est une préoccupation majeure qui entre, elle aussi, dans les attentes des clients des magasins de bricolage. Les Mousquetaires sont attentifs à ce besoin et souhaitent y répondre, même s'il peut être déconnecté de l'acte d'achat. Les clients peuvent effectivement se rendre dans les points de vente du Groupement juste pour louer un véhicule.

C'est pourquoi, l'ensemble des enseignes de bricolage du Groupement déploient aujourd'hui une offre de location de véhicules en libre-service en partenariat avec Renault Mobility. Une application mobile permet d'identifier et de réserver les véhicules disponibles à la location, stationnés sur des places de parking réservées par chaque enseigne.







Les Mousquetaires nourrissent et facilitent la phase de projet de leurs clients

De nombreux outils à disposition sur les sites des enseignes permettent de nourrir la phase de réflexion

Le blog Bricofamily

Il dévoile les tendances du moment. Conseils, astuces, idées déco... Le propos se veut très inspirant et suggestif, hors de tout axe marchand.

De nombreux tutoriels

Ils quident les bricoleurs, avertis ou néophytes, et soulignent les points de vigilance pour garantir la réussite du projet.







Des configurateurs

Ils permettent de simuler un projet et d'estimer concrètement les mesures et quantités nécessaires.





Bricomarché. Brico Cash, Bricorama, trois concepts distincts, trois enseignes complémentaires



Bricomarché, une offre équipement de la maison diversifiée qui satisfait tous les projets des bricoleurs, expérimentés ou novices

points de vente en Europe dont 468 en France

L'enseigne Bricomarché est organisée autour de 5 univers :

le bricolage, les matériaux, la décoration, le jardinage, l'animalerie (nourriture et accessoires).

Avec 5 formats adaptés à chaque type d'implantation, auxquels s'ajoutent les surfaces extérieures (jardinerie et drive matériaux):

____1 000 m² ____1500 m²

_____ 3 500 m² ___ 5 000 m²

____ 2 300 m²

Les magasins Bricomarché sont des points de vente à taille humaine, concus pour aller du besoin essentiel au projet complet, avec une volonté de faciliter le parcours client au travers d'une mise en scène attractive et inspirante sur les principales familles de produits.

Bricomarché bâtit sa réussite – près de 54 millions de passages en caisse en 2018 - sur la **proximité**, le **choix** et les **justes prix**, misant notamment sur ses 11 marques propres, dont le rapport qualité/ prix est très performant.

Bricomarché propose plus de 7 000 références de produits à marques propres. L'enseigne propose également un programme de fidélité puissant, dont la générosité est plébiscitée par ses clients. 1,9 million d'entre eux y adhère, avec un panier moyen deux fois supérieur à celui des non porteurs de carte. Cette carte permet d'accéder à tous les avantages du programme de fidélité, de géolocaliser les points de vente et d'accéder aux promotions.



Bricomarché, c'est aussi un site e-commerce www.bricomarche.com permettant d'identifier la disponibilité et le prix en magasin de 35 000 références et commercialisant 10 000 références complémentaires en e-commerce uniquement. Il offre la possibilité de se faire livrer à domicile ou en Click & Collect dans 350 points de vente du réseau sous 2 heures. Le site, enrichi avec des vidéos et tutoriels, enregistre 7 millions de visiteurs uniques par an. L'enseigne déploie enfin une présence digitale forte à travers les réseaux sociaux et un blog www.bricofamily.com pour trouver des conseils, des tests produits et des idées déco.







Brico Cash, le format entrepôt des Mousquetaires qui attire autant les professionnels que les particuliers

Dans un contexte où le « faire soi-même » s'inscrit de plus en plus dans les habitudes des consommateurs, le format entrepôt gagne en attractivité, tant auprès des artisans que des bricoleurs avertis. Ils y trouvent en effet des produits de qualité nécessaires à la construction et à la rénovation de l'habitat, stockés en grande quantité, immédiatement disponibles au meilleur prix. Brico Cash s'appuie sur cette tendance et vient compléter l'offre bricolage du Groupement avec une promesse explicite: + de stock + de prix bas.

Formats de surface de vente couverte chauffée:

____ 2 000 m² _____ 3 000 m²

Formats organisés autour d'une cour extérieure, d'un auvent et d'une surface de menuiserie, auxquels s'accole une surface de 2 000 à 2 600 m² de bâti drive.

Le plus grand format s'adresse particulièrement aux familles à projets avec une offre dédiée.

points de vente dans l'hexagone



L'enseigne développe également des services adaptés aux besoins des gros bricoleurs : ouverture dès 7 heures du matin, livraison sur chantier, location de matériel, location de camionnette, ouverture d'un compte pro et commande drive prête en 2 heures (dans 20 des 30 points de vente du réseau), payable en ligne sur **bricocash.fr**.



Le site permet de géolocaliser l'ensemble des 12 000 références, leur disponibilité et leur prix en points de vente.

L'enseigne a enregistré près de 5,1 millions de passages en caisse en 2018.







Bricorama, l'enseigne urbaine des Mousquetaires, déployant un concept modulable selon la zone de chalandise

Bricorama contribue à compléter l'offre du Groupement Les Mousquetaires tant en termes de maillage géographique qu'en termes de concepts de vente.

points de vente dans l'Hexagone

Présente dans des agglomérations généralement de taille moyenne, Bricorama mise sur la proximité, adaptant chaque magasin à son environnement local. Le concept se déploie sur des surfaces allant de 1 000 m2 à 10 000 m², avec pour objectif d'offrir toujours plus de choix et de confort. Bricorama a développé une véritable expertise sur l'aménagement d'intérieur, d'extérieur et du jardin et développe des rayons spécifiques selon la demande locale, comme l'animalerie, la pêche et l'apiculture.

L'enseigne apporte une attention particulière au parcours client, facilité par une large allée centrale de circulation et des rayons ouverts par des zones basses accueillant les promotions de chaque famille de produits. La signalétique d'accompagnement est renforcée afin d'aider les clients à se repérer dans le magasin et à localiser les produits.





Les rayons forts de l'enseigne sont mis en avant au travers d'une décoration fortement marquée dès l'entrée du magasin, avec des niches de présentation et des mises en œuvre de produits de décoration.

Avec la signature « Bon Plan » et des têtes de gondole jaunes, l'offre promotionnelle, quant à elle, se distingue et permet aux clients d'identifier facilement les promotions et les podiums au cœur de chaque rayon.

Les MDD sont mises en avant et soutenues par une information « valeurs de nos marques » dès l'entrée du magasin. Enfin, l'univers jardin intérieur et extérieur est animé par de larges podiums de mise en œuvre, adaptés en fonction des saisons.



L'offre digitale de Bricorama est conçue pour pouvoir proposer aux clients une expérience omnicanal leur permettant de bénéficier des mêmes services et offres, qu'ils se trouvent en magasin ou sur le site www.bricorama.fr. Ce site permet notamment aux clients d'identifier le prix et la disponibilité des produits dans leur magasin habituel. Bricorama veille également à élargir ses gammes et services autour du click & collect.



Enfin, le programme axé autour de la carte de fidélité, Bricobonus, permet aux clients de l'enseigne de cumuler des points qui sont ensuite transformés en bons d'achat. Ce programme s'accompagne d'opérations privilège qui permettent d'accentuer les avantages accordés aux clients fidèles.









