

# CUISINE PLAISIR parie sur la marque

Cuisine Plaisir s'est implanté à Saint-Étienne, sous l'impulsion de Jean-Paul et Bernadette Fillion, déjà propriétaires de La Droguerie de la Tour. Une offre dédiée à la cuisine qui complète l'équipement de la maison.

Par Audrey Chausalet



Créée en 1820, La Droguerie de la Tour est une entreprise familiale située sur la place du Peuple à Saint-Étienne (42). Jean-Paul et Bernadette Fillion, quatrième génération de propriétaires, ont étendu leur activité à la cuisine, en ouvrant un magasin Cuisine Plaisir, le 9 décembre dernier.

À Saint-Étienne, tout le monde connaît La Droguerie de la Tour. Classé monument historique, ce magasin est situé place du Peuple, dans le vieux centre-ville stéphanois, depuis 1820. Une entreprise familiale, qui se transmet de père en fils depuis quatre générations. Jean-Paul et Bernadette Fillion, les propriétaires actuels, ont suivi l'évolution du marché, en étendant l'offre vers l'équipement de la maison. Ainsi, le rayon produits d'entretien s'est réduit, au profit d'une offre axée sur les bougies/senteurs, les nappes enduites vendues au mètre et la cuisine avec quelques ustensiles de-ci de-là. Mais, faute de place, il était devenu difficile de donner une véritable cohérence à cet ensemble. Dans le même temps, le local attenant à la droguerie, rue Mercière, qui abritait auparavant une galerie d'art, a fermé ses portes. Un vide nuisible aux affaires pour Jean-Paul et Bernadette Fillion, qui pourrait avoir du sens et apporter

une offre complémentaire à la droguerie, en devenant un magasin spécialisé dans la cuisine. L'idée fait son chemin, d'autant que La Droguerie de la Tour, cliente de longue date du distributeur Désamais, est tombée dans l'escarcelle du groupe Findis, en juillet dernier. Findis anime l'enseigne Cuisine Plaisir, soit un réseau de 130 points de vente en France dédiés au culinaire. De nouvelles relations se nouent et des opportunités se créent. D'autant plus intéressantes que l'offre en cuisine a disparu du centre-ville, depuis la fermeture du magasin spécialisé La Ménagère, en 2013. D'autant plus prometteuses que Saint-Étienne compte 171 483 habitants, une population en hausse de +0,84%, selon le dernier rapport de l'Insee.

## UNE NOUVELLE APPROCHE MERCHANDISING

Jean-Paul et Bernadette Fillion se retrouvent bien dans ces notions de «proximité et convivialité» mises en avant par le concept Cuisine Plaisir. La centrale d'achat Findis, qui propose près de 6000 références produits disponibles en 48 heures, leur permet aussi de limiter leur propre stock et de les soutenir tant sur les achats (obligation de passer 85% des commandes par la centrale d'achat Findis) ou la formation produits, que sur les plans de communication. En trois semaines à peine (et 35000 euros de travaux), le local vide, accolé à La Droguerie de la Tour, sera transformé en magasin Cuisine Plaisir. L'ouverture a eu lieu le 9 décembre dernier. Si un accès direct entre les deux points de vente est impossible (l'entrée d'un immeuble les sépare), l'objectif pour Jean-Paul et Bernadette Fillion est bien de jouer les synergies, en adoptant les mêmes meubles de présentation et des luminaires similaires. Une liberté par rapport au concept préconçu par l'enseigne Cuisine Plaisir, mais qui se justifie par le caractère atypique du lieu. Ce nouveau point de vente a aussi été pour l'enseigne l'occasion de tester une nouvelle approche merchandising, en privilégiant une présentation des produits par marque, et non par univers dédié, allant ainsi à l'encontre des approches marketing et merchandising établies, ces dernières années, par la distribution.



Le mobilier de présentation et les luminaires sont identiques à ceux de La Droguerie de la Tour, créant ainsi une cohérence entre les deux points de vente.

## FICHE SIGNALÉTIQUE

- > Adresse : 4, rue Mercière, 42000 Saint-Étienne.
- > Surface de vente : 80 m<sup>2</sup>.
- > Univers : la cuisson, le petit électroménager, la table, la pâtisserie, les accessoires à vin, les ustensiles et accessoires de cuisine...
- > Nombre de références : 1500 en magasin, 6000 via la centrale d'achat Findis.
- > Marques : Amefa, Aubecq, Bamix, Beka, Bialetti, Bodum, Bosch, Braun, Chasseur, Chef'n, Chef&Sommelier, Cuisinart, De Buyer, De'Longhi, Émile Henry, Guzzini, Icebag, Joseph Joseph, Jupiter, Kenwood, Kitchenaid, Lacor, Lagostina, Le Creuset, Lekué, Luminarc, Magimix, Mastrad, Moulinex, Oxo, Peugeot, Philips, Point Virgule, Revol, Riviera&Bar, Samsung, Seb, Siméo, Tefal, Tognana, Vacuvin, Zyliss...
- > Positionnement : moyen-haut de gamme.
- > Panier moyen : 49 €.
- > C.A. annuel : + ou - 200 000 €/an.
- > Nombre de salariés : 1.
- > Horaires d'ouverture : du mardi au samedi, de 10h00 à 13h00 et de 14h00 à 19h00.



L'enseigne Cuisine Plaisir est équipée d'une borne interactive, qui permet de donner une visibilité aux quelque 6000 références en stock au sein de la centrale d'achat Findis.



Le rayon cuisson, qui inclut robots chauffants et ustensiles de cuisson, représente 30% du C.A. du magasin.



Dans ce point de vente, Cuisine Plaisir inaugure un nouveau concept, axé sur une présentation par marque et non par univers.

## POINTS FORTS

- > Un magasin bien tenu, clair et agréable.
- > Un accueil chaleureux et des conseils de qualité sur les produits.
- > La notoriété de l'enseigne La Droguerie de la Tour, implantée dans un monument classé historique, en plein centre-ville stéphanois.

## POINTS FAIBLES

- > Peu de mise en ambiance des produits susceptibles de transposer le client dans l'utilisation finale.
- > Une présentation claire et distincte de l'offre, mais où aucun produit ne ressort vraiment. Dans ce cas, difficile de déclencher les achats coup de cœur.

(1) Le 33<sup>e</sup> Salon professionnel de l'entretien à la décoration, salon des arts de la cuisine s'est tenu à Moulins (03), les 13 et 14 mars dernier.

(2) Annecy (74), Besançon (25), Bourg-en-Bresse (01), Chalon-sur-Saône (71), Châtillon-sur-Chalaronne (01), Dijon (21), Dole (39), Grenoble (38), Lons-le-Saunier (39), Mâcon (71), Mont-de-Marsan (40), Nevers (58), Saint-Étienne (42), Versailles (78).



Isabelle Baury, ex-proprétaire d'une droguerie dans le quartier du Soleil, est désormais la gérante et seule salariée du magasin Cuisine Plaisir.



L'enseigne Cuisine Plaisir renouvelle sans cesse ses offres promotionnelles, car un réseau de proximité doit aussi avoir une bonne image prix.

À l'entrée du magasin, des mises en scène par marque qui changent tous les mois.



Pour Alexandre Favre, directeur de division du groupe Findis, « une présentation par marque redynamise l'offre, car la cohérence et la largeur de gamme sont mieux perçues par les consommateurs ». Isabelle Baury, la gérante du magasin de Saint-Étienne, y voit un autre intérêt : « Cela évite de devoir justifier aux consommateurs des écarts de prix (du simple au triple) d'une marque à l'autre, sur un même produit. »

## UNE OFFRE MAGASIN DYNAMISÉE

Dans le magasin de Saint-Étienne, il y a un mix entre les présentations par marque et les présentations par univers, car le nombre de références produits (1 500) et la surface de vente (80 m<sup>2</sup>) ne permettent pas toujours à toutes les marques de s'exprimer pleinement. Mais le principe, qui a été présenté aux adhérents du réseau Cuisine Plaisir lors du salon inter-entreprise organisé par Findis<sup>(1)</sup>, a séduit les fabricants. Les magasins d'Annecy (74) et Mâcon (71) et le catalogue printemps-été 2016 de l'enseigne l'ont déjà adopté. Trois mois après l'ouverture, le magasin de Saint-Étienne affiche un panier moyen assez élevé, fixé à 49 euros. Sans surprise, la cuisson, robots multicuiseurs compris, est le plus fort rayon du magasin, représentant 30% du C.A. en valeur. Suivi de la préparation culinaire (20%)

et du rayon petit déjeuner (17%). La borne interactive, dont tous les magasins Cuisine Plaisir sont équipés, est pour Isabelle Baury une aide à la vente précieuse car « elle donne un accès aux quelque 6 000 références produits en stock au sein de la centrale d'achat Findis – certains produits étant commandés à la demande du client ».

Pour dynamiser son point de vente, Isabelle Baury mise également sur le développement des démonstrations produits en magasin. Ainsi, le 11 février dernier, la démonstration du produit Cookeo avait permis de montrer les différentes utilisations du multicuiseur et, du même coup, de convaincre certains clients de l'acquiescer. « Les achats ne sont pas toujours immédiats, mais les clients reviennent en boutique. » Des animations dont elle sera à l'initiative, en s'appuyant sur des marques et sur le fichier clients de la carte de fidélité Client Roi, une offre nationale multi-commerces, qui rassemble 310 commerçants dans 14 villes<sup>(2)</sup>. Les détenteurs de la carte bénéficient d'une réduction de 5% tous les dix achats – l'avantage pour le commerçant étant bien sûr de bénéficier d'un fichier clients élargi ! À Saint-Étienne, le conseil, l'accueil, le service et la proximité sont les axes forts de Cuisine Plaisir. Répondre aux attentes des clients, en déterminant leurs besoins, et leur vendre le produit le plus adapté est le défi de ce nouveau point de vente. ●