septembre 2024

Screwfix France

« Un concept d’une efficacité redoutable »

Fort de 35 ans d’expérience au sein du groupe Kingfisher, Christian Mazauric pilote le développement de Screwfix en France, spécialisée dans l’outillage, la quincaillerie, la peinture, les vêtements de travail, l’électricité et la plomberie. Avec enthousiasme, il explique les atouts de cette enseigne qui vise à ouvrir un magasin par mois dans l’Hexagone.

BBI : En 18 mois, Screwfix a ouvert 35 magasins en France. L’enseigne est-elle réservée uniquement aux professionnels ?

Christian Mazauric, directeur général de Screwfix en France : Screwfix France est la petite soeur de l’enseigne britannique du même nom, qui a connu également ces dernières années un développement fulgurant. C’est une enseigne pensée exclusivement pour les professionnels. Je dis bien « pensée exclusivement pour les professionnels » parce qu’elle est également accessible au particulier, dans le sens où il n’y a pas d’intérêt pour nous à refuser de vendre un produit de marque professionnelle à un gros bricoleur qui a une maison à refaire, qui a besoin d’outils de grande qualité et est prêt à y mettre le prix.

BBI : Screwfix a choisi de s’implanter en France d’abord avec un site marchand ?

C. M. : L’histoire, en France, a effectivement démarré par le lancement d’un site internet en avril 2011. C’est pour nous un point de stratégie important. Avant d’aller vers des magasins physiques, qui demandent un niveau d’investissement important, nous testons toujours « l’appétence » du marché au travers d’un site web.

La croissance de la plate-forme web a confirmé l’intérêt du marché français pour notre offre. Nous avions environ 6 000 références au lancement. Aujourd’hui, on en a plus de 15 000, conçues pour les besoins des professionnels, en outillage, quincaillerie, peinture, vêtements de travail, électricité et plomberie. Et nous allons évidemment enrichir encore cette offre dans l’avenir.

En mai 2022, nous avons investi dans un centre de distribution, à Nanteuil-le-Haudouin (60), puis ouvert notre premier magasin à Wattrelos, dans le nord de la France, en novembre. Pour ouvrir ce premier magasin, on a créé un ERP complet en six mois !

BBI : Le groupe Kingfisher, dont fait partie Screwfix, est pourtant déjà bien représenté en France. Que vient apporter cette nouvelle enseigne ?

C. M. : Nous estimons le marché global de l’amélioration et de la rénovation de l’habitat en France aux alentours de 70 milliards d’euros. C’est un marché particulièrement important, même si, récemment, il connait un peu plus de tensions.

Screwfix nous permet de couvrir un marché sur lequel nous n’étions jusqu’alors pas présents en France, puisqu’avec Castorama et Brico Dépôt, nous opérons quasiment exclusivement sur le second œuvre.

Ces trois enseignes sont donc complémentaires. Castorama, enseigne généraliste, s’adresse à tous les types de bricoleurs, du plus néophyte à l’amateur, et avec une offre finalement très large. Brico Dépôt vise plutôt des bricoleurs expérimentés, avec une offre qui est essentielle, disponible en quantité chantier, et à bon prix. Cette enseigne est plutôt tournée sur le matériel de construction, sur les chantiers d’investissement, tels que la

cuisine ou le sol.

Screwfix est, elle, pensée exclusivement donc pour les professionnels, qui ont des modalités d'achat propres, et propose des marques professionnelles dont certains produits, pour des raisons techniques, ne peuvent être vendus à des particuliers. Chaque enseigne a ainsi son territoire de clientèle bien particulier, même si parfois il y a un peu de recouvrement. Nos critères d'implantation sont aussi différents. Brico Dépôt comme Castorama sont situés dans des zones commerciales. Nous, on va être plutôt dans une zone industrielle ou artisanale, à côté d'autres enseignes spécialisées. Tout est pensé dans cette idée de servir notre client, et donc de s'implanter là où, naturellement, l'artisan se rend facilement.

L'emplacement est clé dans la réussite, d'autant que notre notoriété est encore faible en France. On s'attache donc à avoir des magasins visibles, avec nos concurrents à proximité, même si on ne fait pas de matériaux de construction.

Screwfix a une mission très claire : aider ses clients professionnels à réaliser leur chantier rapidement, au meilleur prix et du premier coup.

BBI : Quels sont les atouts de Screwfix sur le marché français ?

C. M. : Notre ADN repose sur quatre piliers : rapidité et efficacité, compétitivité/prix, des produits et des marques de qualité, et ce que j'appelle les talents, c'est-à-dire les équipes qui viennent accompagner la relation personnalisée avec l'artisan.

Le premier, c'est la rapidité et l'efficacité. Pourquoi ? Parce que pour nos clients, le temps, c'est de l'argent. Ils veulent pouvoir acheter facilement les produits dont ils ont besoin, ou quand ils en ont besoin. Nos 15 000 références sont donc disponibles sous 24 heures en livraison ou encore dans les 26 000 relais partenaires en France. Ce principe du relais n'existe pas chez Screwfix en Angleterre. Nous, on le fait parce que c'est une particularité française et que cela a du sens. Par ailleurs, notre maillage n'est pas aussi important que celui des Britanniques.

Parmi ces 15 000 références, 10 000 sont disponibles en stock, immédiatement, dans chacun de nos comptoirs. Nous sommes multispécialistes, donc nous n'avons pas à avoir autant de profondeur de gamme qu'un spécialiste, bien évidemment. Mais dans ces 10 000 références, nous avons le 20/80, dans chaque catégorie. De plus, on est ouvert 7 jours sur 7, de 7 heures à 20 heures en semaine et le dimanche de 7 à 13...

Veuillez vous identifier pour consulter la totalité de l'article.

Vous avez perdu votre n° d'abonné. N'hésitez pas à nous contacter. Valider

Vous n'avez pas de n° d'abonné ?
Abonnez-vous pour bénéficier de nos revues et l'accès à l'intégralité des articles !

S'abonner à la revue