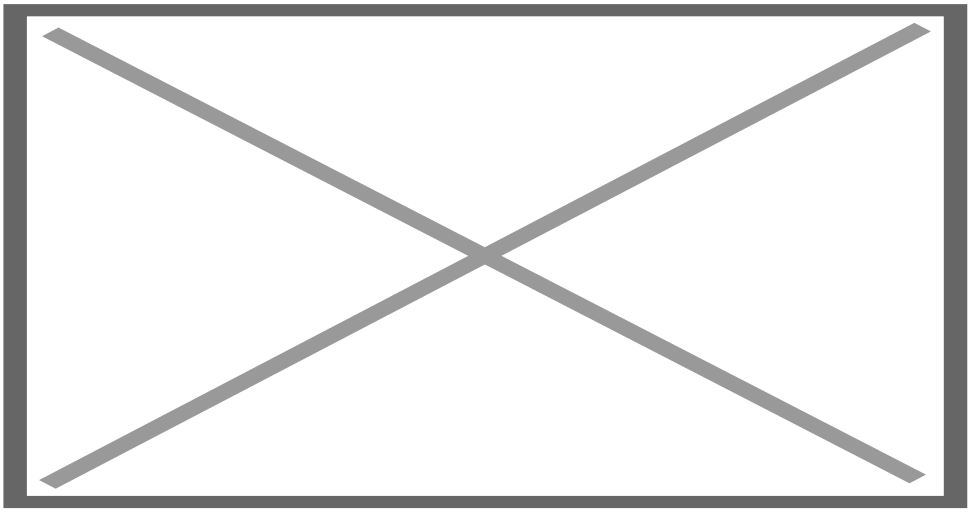
janvier 2024

Toolstation

Le Britannique met les pros dans sa manche

Toolstation, l'enseigne du groupe britannique Travis Perkins, déploie en France son modèle omnicanal basé sur la disponibilité d'une offre de 12 000 références, un accueil au comptoir et des prix compétitifs. Disposant actuellement de 50 magasins, elle affirme sa volonté d'accroître son maillage sur un grand quart Est de l'Hexagone d'ici cinq ans, avant de poursuivre son implantation sur l'ensemble du territoire.



Ne dites plus Toolstation avec votre plus bel accent britannique, mais Toolstation en osant une intonation bien française sur la deuxième partie du nom. Le mot d'ordre est clair. Après bientôt dix ans d'implantation dans l'Hexagone, l'enseigne britannique affirme son ambition de faire pleinement partie du paysage français de la distribution aux professionnels, sans renier toutefois ses spécificités liées à un modèle standardisé jusqu'alors inédit dans nos contrées, mais qui a fait ses preuves outre-manche.

130 magasins en 2029

Filiale du groupe Travis Perkins, leader de la distribution de matériaux de construction en Grande-Bretagne sur les marchés du bâtiment, de la construction et de la rénovation avec un chiffre d'affaires global de 5,8 milliards d'euros en 2021 (entreprise cotée en bourse, données actualisées encore non disponibles), Toolstation est créée en 2003, près de Bristol, dans une ancienne station-service d'essence, à laquelle elle doit son nom.

Le distributeur fait ses premiers pas sur le continent en 2006, aux Pays-Bas, où se situe aujourd'hui son siège européen. Arrivé en 2014 en France, d'abord à travers un site marchand, il ouvre en 2017 son premier comptoir à Saint-Priest en région lyonnaise, zone géographique où il dispose désormais de six magasins, dont un au centre de Lyon qui fait figure de test.

Rapidement mais néanmoins méthodiquement, l'enseigne déploie son réseau d'abord en Rhône-Alpes, puis sur le sud de la France, sans oublier l'Auvergne et la Bourgogne, et en 2023, l'Alsace, avec Mulhouse et Strasbourg. De quoi fêter à la mi-novembre, l'ouverture du cinquantième magasin à Lattes (34), à côté de Montpellier, agglomération où l'entreprise entrevoit un potentiel d'au moins deux autres magasins, sachant que cinq autres points de vente sont d'ores et déjà implantés dans la région Languedoc Roussillon.

Partout, la logique est la même : une première implantation est suivie de plusieurs autres ouvertures, afin d'optimiser la présence de l'enseigne sur le plan opérationnel et d'accompagner les professionnels sur la route de leurs chantiers. « *Nos magasins sont surtout implantés dans le grand quart Est de la France, un maillage que nous allons encore optimiser d'ici 2029* » confirme Thomas Verdier, directeur Expansion de l'enseigne. Toolstation ambitionne effectivement 130 magasins dans ce grand quart Est d'ici 2029, avec déjà en vue des incursions jusqu'à Toulouse. Pour 2024, des sites sont déjà identifiés, notamment Sélestat en Alsace annoncé pour janvier, et dix projets sont à l'étude. L'objectif est que chaque magasin se situe dans un périmètre de 450 kilomètres maximum autour de la base logistique de Toussieu (69), située non loin de Saint-Priest.

70% de pro

Bien entendu, la filiale de Travis Perkins ne s'arrêtera pas en si bon chemin. Elle vise environ 500 magasins sur le territoire national – exigeant alors la mise en place d'une deuxième plate-forme –, c'est-à-dire un nombre d'implantations peu ou prou similaire à celui effectif en Grande-Bretagne (573 fin 2023). Pas question de laisser la primauté àune autre enseigne britannique, en l'occurence Screwfix, actuellement en plein déploiement dans le Nord, la Normandie et qui commence à lorgner sur l'Est du pays (déjà un magasin à Reims), où les deux distributeurs devraient probablement se croiser tôt ou tard. « *Cela dit en Grande-Bretagne, lorsque nos magasins sont l'un à côté de l'autre, cela fonctionne bien. L'arrivée de Screwfix en France est plutôt une bonne chose. Cela montre que ce business model fonctionne et cela va nous aider à éduquer le client à ce nouveau format* » estime Matthew Kirk, directeur marketing de Toolstation. Pour la petite histoire, le fondateur de Screwfix a cédé sa société à Kingfisher vers l'an 2000 et a ensuite lancé son projet Toolstation.

Le coeur de cible de Toolstation est constitué par les professionnels du bâtiment, tels que les entreprises généralistes de un à dix salariés, les électriciens, les menuisiers et les plombiers, mais aussi les responsables techniques des administrations...

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