

Contre vents et marées, le circuit des superstores s'est imposé dans le paysage de la distribution française. Depuis l'essor des premiers magasins au début des années 1990, il est devenu aujourd'hui un passage obligé, aussi bien pour les fabricants que pour la clientèle finale, professionnelle et grand public. À tel point qu'il rivalise désormais avec les grandes surfaces alimentaires lors des grands rendez-vous. Un exemple donné par GFK : lors de la dernière rentrée des classes, uniquement dans la famille écriture et correction, cette période représentait 35 % du chiffre

d'affaires global des superstores, contre 32 % en 2008. En comparaison, le poids de la rentrée des classes sur l'année reste stable en Mass. M.

(hypermarchés principalement), à 52 %. Et les ouvertures de points de vente se poursuivent, parfois à un rythme effréné, à l'image de l'enseigne Bureau Vallée de Bruno Peryoles. En un an, le nombre de magasins est ainsi passé de 113 en décembre 2008 à 148 en décembre 2009 ! Mais les autres enseignes se déploient également, comme le montre notre panorama.

Par exemple, Hyperburo (Sacfom/Buro+) a ouvert ou intégré douze magasins à Romilly (10), Saint-Cyr-sur-Loire (37), Saint-Pierredes-Corps (37), Vichy (03)... tout en perdant, il est vrai, trois unités. De son côté, la société Sodocob, qui développe la franchise Bureau Center, appartient désormais en totalité aux époux Angibaud. Elle était auparavant détenue à hauteur de 49 % par le groupement Majuscule.

■ F. L.

Reportage : nouveau Burostore à Troyes

UN FORMIDABLE DÉFI À RELEVER!

Christophe Ollier vient d'ouvrir un superstore sous enseigne Burostore à l'entrée de l'immense zone de magasins d'usine de Troyes, d'où un fort potentiel de clientèle à conquérir. Reportage.

Au début du mois de novembre 2009, un nouveau superstore s'ouvrait dans l'agglomération troyenne. Comme toute ouverture de magasin, c'est l'histoire d'une rencontre. D'un côté, un homme, Christophe Ollier, en quête d'une nouvelle aventure professionnelle. De l'autre, une enseigne, Burostore, voulant s'inscrire dans le paysage de la distribution en France. Originaire de l'Aube, Christophe Ollier a tout naturellement commencé sa vie professionnelle dans sa région d'origine.

Il a occupé des postes de directeur administratif et financier dans le textile, le fleuron de Troyes, et notamment dans le premier groupe français Devanlay.

Contrat d'enseigne

À l'occasion de l'une des restructurations qui se sont multipliées dans le secteur textile au cours de ces dernières années, il décide de créer sa propre société. Dans un premier temps, il pense à reprendre une entreprise, puis envi-

sage une création. Il rencontre alors le réseau Cap International qui souhaite ouvrir un magasin à l'enseigne Burostore dans la région de Troyes. Après la fermeture d'une importante papeterie dans la ville, le marché est laissé aux fournisseurs et aux

« Notre volonté est d'être souples et de nous adapter aux attentes de nos clients »

vépécistes. Or, cette agglomération de 120 000 habitants compte non seulement de nombreuses petites entreprises, mais également de nombreux étudiants. Un fort potentiel de clientèle pour le concept des superstores. De plus, la formule de contrat d'enseigne proposée par Burostore convient parfaitement à Christophe Ollier. Moins contraignant qu'un contrat de franchise, il laisse une certaine liberté d'approvisionnement et d'implantation des marchandises dans le magasin, tout en garantissant le soutien de professionnels.

Venu du textile, Christophe Ollier a ouvert en novembre dernier son Burostore à Troyes.

Ensemble, ils saisissent l'opportunité de la fermeture d'un magasin d'articles de sport, à proximité immédiate des magasins d'usines.

Un rayon d'un kilomètre

La surface, 560 m², correspond au concept Burostore. Les 140 points de vente de cette zone sont autant de clients potentiels. Et ils attirent de nombreux clients venus non seulement de la région, mais de la France entière. Ce qui crée un trafic très dense d'une clientèle de particuliers. D'autre part, trois sites universitaires importants sont implantés dans un rayon d'un kilomètre. Découvrant le marché de la papeterie et de la fourniture de bureau, Christophe Ollier crée la SARL O'Buro. Il travaille en liaison

étroite avec l'équipe de Cap International pour développer l'enseigne Burostore, et 410 m² sont réservés à la surface de vente. Deux bureaux et une zone de stock occupent le reste.

Burostore10.fr

Deux salariés sont recrutés. « Je connais la gestion financière et administrative, reconnaît Christophe Ollier, mais je découvre le monde de la distribution et de la papeterie. » Il s'entoure donc de Nicolas, qui a une expérience dans le domaine de la logistique, et de Mounira, qui connaît les produits de papeterie. Pour annoncer l'ouverture de ce nouveau magasin, une importante campagne d'affichage est réalisée, notamment sur les autobus. Les professionnels se voient offrir la possibilité d'ouvrir un compte et de se faire livrer. L'ouverture du magasin est accompagnée par celle du site Internet marchand burostore10.fr. Contigu au fleuriste « À l'aube des fleurs » et en



face de « Poils, écailles et cie », un magasin ciblé sur les animaux, Burostore se sert de ses immenses vitrines pour présenter son offre. L'entrée du magasin indique « L'univers du bureau ». À l'intérieur, des affiches annoncent avec de larges photos les produits en promotion. Chacune est consacrée à des familles de produits complémentaires : classement/archivage, papeterie/adressage... Les gondoles sont basses pour permettre de repérer toutes les familles de produits du regard dès l'entrée dans le magasin. Ces dernières sont indiquées sur de grandes affiches accrochées au plafond. En face de la porte d'entrée, un îlot regroupe les articles en promotion. À gauche de la banque qui sert d'accueil et de caisse, donc facile à surveiller, l'offre cartouches jet d'encre et laser est accrochée au mur. Dans le prolongement sont situés un petit espace maroquinerie et un espace mobilier de bureau. À mi-hauteur du mur sont présentées les chaises de bureau dans différents coloris. Les murs du fond et à droite présentent de nombreux articles de classement et d'archivage.

La première implantation des familles de produits a été réalisée pour répondre aux attentes de l'environnement du magasin : commerçants, artisans, petites entreprises et professions libérales. Difficile en quelques semaines de tirer des conclusions, mais des tendances se dessinent. Des produits utilisés quotidiennement comme ceux de l'offre hygiène-entretien ont déjà leurs clients fidèles. Christophe Ollier a déjà des idées pour réimplanter son espace services. Et dès la première semaine, il a ouvert des comptes pour des entreprises, qui se félicitent de la proximité du magasin. C'est ainsi qu'un centre d'appel téléphonique a commandé ses nouveaux sièges de bureau. Les responsables des achats pouvaient tester leur confort et voir les différents coloris proposés. « Nous sommes actuellement en rodage », souligne en souriant Christophe Ollier. *Nous sommes très attentifs aux réactions de nos clients. Notre volonté est d'être souples et de nous adapter à leurs attentes.* Cette première cible de clientèle sera bien sûr élargie. Les nombreux étudiants des trois établis-

sements universitaires sont la deuxième priorité. Une fois le « rodage » terminé viendra le temps de répondre aux attentes de la troisième cible de clientèle, les particuliers. Étant donné le fort trafic dans cette zone commerciale originale, c'est un formidable challenge qui est proposé



non seulement à la SARL O' Buro mais également à l'enseigne Burostore.

Une plate-forme intégrée

La création d'un nouveau magasin - nouvelle activité d'un point de vente dans le cas présent - soulève la question de l'approvisionnement. Pour l'instant, Burostore Troyes travaille avec les fournisseurs « achats directs », les réapprovisionnements se faisant via la plate-forme intégrée créée en mai 2009 par Cap International.

Cette plate-forme placée sous la responsabilité de Michel Meyer et située à proximité de son établissement à Montluçon est dédiée au réseau Cap International, et donc des douze magasins à l'enseigne Burostore. Ses principales missions sont de soutenir les actions promotionnelles, d'appuyer dans les négociations avec les fabricants les volumes d'achats, de permettre de référencer des fournisseurs à l'international en permettant de stocker de lourds volumes de produits. Les services appor-

tés aux adhérents sont un atout important pour la centrale pour en attirer de nouveaux. « Sans le soutien indéfectible de Manuel Ferreira, Thierry Bourgeois et Michel Meyer, j'aurais eu beaucoup de mal à relever un tel défi », reconnaît Christophe Ollier. Quelques jours avant notre visite, il avait participé pour la première fois à la Convention Cap International. « Rencontrer les autres adhérents, les entendre évoquer leur expérience dans notre métier et découvrir les fournisseurs et les produits ont été un moment très important pour moi », souligne Christophe Ollier. Plus décidé que jamais à développer ses ventes, fidéliser ses premiers clients et en attirer de nombreux autres.

■ C. D.

Burostore à Troyes : repères...

Société : SARL O'Buro
Enseigne : Burostore (Cap International)
Implantation : à l'entrée de la zone de magasins d'usine de Troyes
Ouverture : novembre 2009
Propriétaire : Christophe Ollier
Surface de vente : 410 m² (560 au total pour le magasin)
Tél. : 03 25 75 82 37

Christophe Ollier s'est entouré de Nicolas, qui a une expérience dans le domaine de la logistique, et de Mounira, qui a une bonne connaissance des produits de papeterie...



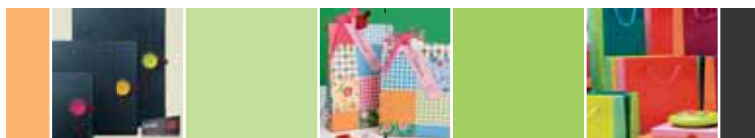
PAPERWORLD 2010
Francfort, Allemagne

Laissez-vous emballer par nos idées!

BRUNNEN

HEYDA

STEWOW



Hall 3.0, C 80
Papeterie, scolaire

Hall 4.2, E 95
Loisirs créatifs

Hall 6.0, C 14
Emballages cadeaux

Baier & Schneider GmbH & Co. KG · Wollhausstrasse 60-62 · 74072 Heilbronn, Allemagne
Téléphone: 0049-7131-886 486 · Télécopie: 0049-7131-886 499

www.brunnen.com

www.heyda.de

www.stewo.com