



## Avec cinq enseignes dans son portefeuille **Keria** parie sur une politique multi-concepts



Face aux changements comportementaux des consommateurs, aux évolutions de l'urbanisme commercial et à l'émergence de grands groupes internationaux multicanaux, les marques-enseignes n'ont d'autre choix que de se réinventer, développer de nouvelles stratégies et faire évoluer leurs concepts. Fort de ce constat, Sébastien Hours, directeur général du groupe Keria, a décidé de lancer un nouveau concept. Son nom : "Maison & Lumière".

**S**ébastien Hours, directeur général du groupe Keria, fait le constat suivant : « Les consommateurs attendent des expériences plus riches, une offre produit large, cohérente et lisible, mais aus-

si de l'innovation et de la séduction en magasin. Plus exigeants, les clients attendent du service et des conseils de spécialistes. Les acteurs du commerce spécialisé doivent ainsi adapter à grande vitesse leur modèle, pour le rendre plus

agile, plus évolutif, afin d'être en phase avec les attentes des consommateurs et les évolutions des marchés. »

Le groupe Keria compte se développer au travers d'une synergie multi-spécialistes, multi-marques, multi-marchés. Il



possède pour ce faire un atout majeur : ses cinq marques-enseignes (Keria Luminaires, Laurie Lumière, Tousalon, Place de la Literie et Monteleone), à la fois différentes et complémentaires, pour un total, à ce jour, de 280 magasins.

Le nouveau concept lancé par le groupe, "Maison & Lumière", propose donc de rassembler sous un même toit plusieurs enseignes. Il existe déjà des bi-concepts "Place de la Literie/Tousalon", "Keria/Laurie Lumière", "Keria/Monteleone" ; un tri-concept "Tousalon/Place de la Literie/Keria" aussi ; ainsi qu'un quadri-concept, inauguré le 26 juin dernier. Or, le groupe dispose aujourd'hui de résultats probants sur les points de vente déjà développés en multi-enseignes.

Afin de faciliter le développement de Maison & Lumière, ses dirigeants ont imaginé un concept souple, qui peut intégrer entre deux et cinq enseignes sur un même site. La base du concept est composée d'espaces flexibles, complémentaires et efficaces. Bien évidemment, les implantations se font dans le respect des paramètres d'exclusivités locales, de zone de chalandise, de cible client... L'enseigne Maison & Lumière

**« Les acteurs du commerce spécialisé doivent adapter à grande vitesse leur modèle, pour le rendre plus agile, plus évolutif. »**



## Cinq enseignes sous la lumière

### ● Keria Luminaires :

**100 magasins.** Numéro un du luminaire en France. Le leader de l'éclairage et du luminaire.

### ● Laurie Lumière : 70 magasins.

Design et innovation au service de la lumière.

### ● Tousalon : 50 magasins.

Le design et le savoir-faire en matière de salons et canapés.

### ● Place de la Literie :

**30 magasins.** L'enseigne spécialisée literie.

### ● Monteleone : 30 magasins.

L'enseigne spécialiste du linge de maison.

# keria

## LUMINAIRES



est proposée à des partenaires indépendants, via des contrats de licence de marque.

Ce type de commerce est, aujourd'hui, inédit au sein d'un même groupe de distribution.

Quels sont les avantages pour un commerçant d'exploiter ce type de concept ?

Il dispose du choix et de la diversité des enseignes ; et il bénéficie dans le même temps de l'expertise, du professionnalisme et du savoir-faire d'un seul et même groupe leader. Il profite de la mutualisation/optimalisation de son espace commercial, des coûts locatifs et d'une partie de ses équipes de vente. La formule génère en outre une augmentation de l'attractivité du site et du trafic supplémentaire en magasin. À la clé : une augmentation du panier moyen, grâce à des achats coups de cœur et croisés entre les différentes enseignes. Une manière judicieuse de valoriser l'expérience du commerçant et de développer la valeur de son fonds de commerce, avec un seul et même partenaire, qui lui fournit l'ensemble des prestations nécessaires au développement.

Le 26 juin dernier, le groupe Keria a inauguré à Saint-Égrève, près de Grenoble, dans l'Isère, un Maison & Lumière. Sur une surface de 1 200 m<sup>2</sup>, sont exploitées quatre des cinq enseignes du groupe : Place de la Literie, Monteleone, Keria Luminaires, Laurie Lumière. Soit quatre magasins d'environ 200 m<sup>2</sup> à 300 m<sup>2</sup>, placés côte à côte, mais chacun doté de sa propre entrée. Les agencements sont développés selon les critères de chaque concept. À l'intérieur, des passages entre les points de vente permettent au chaland de passer d'une enseigne à l'autre. Le consommateur bénéficie d'un accès simplifié, d'une offre complémentaire, tout en bénéficiant de conseils et de services

● Michel Levivier