

Le renouveau d'EspacE emeraude

Le magasin historique de l'enseigne de jardinage vient de connaître d'importants travaux. Un même maître mot en guise de boussole dans le contexte Covid : « La proximité ».

L'air de rien, le changement saute aux yeux à l'EspacE emeraude à Saint-Léger-sous-Cholet. Et les difficultés du FC Nantes n'ont rien à voir dans l'histoire. Exit l'alliance historique jaune et verte qui caractérisait l'enseigne créée par le Choletais Claude Batardière. « *Le vert avait vraiment fait son temps, tout comme les armatures métalliques de l'entrée. On ne pouvait plus les voir en peinture* », sourit Mickaël Marret, le tout nouveau directeur du magasin. Place donc aux couleurs bois et chocolat pour accompagner le jaune sur le fronton du plus ancien et du plus important des 80 commerces EspacE emeraude de France. Et fêter ses 40 ans d'existence.

« Certains viennent ici chaque semaine comme d'autres vont à la boulangerie »

MICKAËL MARRET
Directeur du magasin



Saint-Léger-sous-Cholet, vendredi 9 avril. Mickaël Marret, le nouveau directeur de l'EspacE emeraude de Saint-Léger, le plus grand et le plus ancien de l'enseigne.

PHOTO : CO - YVES BOITEAU

Un anniversaire assorti de « *centaines de milliers d'euros* » de travaux, lesquels ont entraîné la fermeture du magasin durant plus de deux semaines en février. À l'extérieur, outre l'entrée et les devantures, les candélabres ont été changés et les pères à caddies relookés avec des tubulaires de stabulation. Comme un clin d'œil à la fidèle clientèle agricole du magasin. À l'intérieur, l'intégralité de l'éclairage a été changé en LED ainsi que les gondoles, dont certaines étaient là depuis les débuts. Surtout, les aménagements ont été repensés par famille de produits « *pour faciliter la compréhension* » du magasin, souligne Mickaël Mar-

ret, transfuge d'Alinéa, bluffé depuis son arrivée en janvier, par l'ancrage de sa nouvelle enseigne.

« *Dès le premier jour de réouverture le 4 mars, on a pu constater l'attachement de nos clients. Certains viennent ici chaque semaine comme d'autres vont à la boulangerie, constate-t-il. Même avec nos 3000 m² de surface, on reste bien un magasin de proximité. Et on justifie le caractère « essentiel » qui nous permet de rester ouverts.* » Le maître-mot d'EspacE emeraude est lâché. Au cœur de la stratégie du groupe, qui vise la création de plus de 200 magasins supplé-

mentaires d'ici 10 ans dans des secteurs ruraux de toute la France, la proximité reste une histoire de rapport à la clientèle. « *Même celui qui bricole depuis 40 ans vient chercher ici une expertise, un conseil, une assurance pour concrétiser son achat* », éclaire le directeur d'EspacE emeraude.

À l'atelier adossé au magasin, le volume quotidien d'activité traduit aussi cet attachement. Et un autre axe stratégique du groupe. « *Nous sommes en capacité de réparer quasiment tout ce que l'on vend. Que ce soit du matériel thermique ou électri-*

que, précise Mickaël Marret. *On propose aussi un service de location qui fonctionne, en motoculture, principalement pour un public professionnel. Mais on peut très imaginer demain louer une tondeuse à un particulier.* » Après une année 2020 compliquée, « *le très beau mois de mars* » laisse présager pour les responsables du magasin (40 salariés) de meilleurs lendemains : « *Rien n'est jamais gagné, nous restons prudents. Mais les premiers retours des clients nous rendent optimistes.* »

Yves BOITEAU

Objectif : 300 magasins d'ici 10 ans

Ses dirigeants se refusent à parler d'« *opportunisme* ». Préférant y voir la conséquence d'un retour, somme toute naturel en temps de crise, à des activités rassurantes pour les Français. Jardinage, bricolage, aménagement intérieur... En recentrant nos possibilités de loisirs autour du « *chez soi* », l'épidémie de Covid-19 a été un vecteur de développement pour le groupe EspacE emeraude (1 500 salariés, 278 M€ de chiffre d'affaires en 2019) et ses 80 magasins (61 indépendants et 19 intégrés) en France.

« *La progression du chiffre d'affaires est forte. On parle d'une croissance à deux chiffres et on devrait rester sur ce même rythme en 2021* », explique Jean-Marc Hupé, le directeur général d'EspacE emeraude, depuis le



Jean-Marc Hupé, directeur général d'EspacE emeraude.

PHOTO : DR

siège de la centrale de l'entreprise aux Ponts-de-Cé. Ravi de constater que les valeurs rurales de l'enseigne

se révèlent aujourd'hui attractives auprès d'un public bien plus large. « *Le souci du temps long est de retour. C'est l'attachement à la durabilité des outils, des machines. C'est aussi, par exemple, le succès du matériel pour préparer les conserves* », précise Jean-Marc Hupé

« Un potentiel de développement important »

D'une surface moyenne de 1 500 m² - le magasin de Saint-Léger est une exception -, les EspacE emeraude revendiquent leur taille « *humaine* » face aux Leroy Merlin, Mr Bricolage et autres Castorama. Un atout là aussi, selon l'entreprise, pour gagner la confiance de clients en quête d'expertise et de conseil. « *Notre créneau, ce sont les produits*

de qualité, réparables et faciles d'entretien. On les chasse », soutient Jean-Marc Hupé, citant Stihl, Huskvarna, Kubota, Iseki ou encore Toro, les marques dont EspacE emeraude est concessionnaire.

« *Il y a un potentiel de développement important* » reconnaît la société qui a repéré, via une étude, 800 communes où elle « *aurait une raison d'être* » et ne cache pas ses volontés de sortir du territoire français (Portugal, Espagne, Allemagne). Son objectif stratégique a été fixé : 300 magasins (soit 220 de plus) d'ici à dix ans. Dernière extension en date, l'accord passé avec Lambin Motoculture (Nord) pour faire basculer trois magasins sous enseigne EspacE emeraude.

Y.B.