

# Un magasin créole à la Réunion

Pour garder une clientèle insulaire non extensible face à une concurrence plus rude, Casino s'adapte aux spécificités locales, à moindre coût.

**V**indemia, filiale du groupe Casino, qui possède 13 supermarchés sous l'enseigne Score et 8 hypermarchés Score Jumbo, détient plus de 25 % de la surface commerciale de la Réunion. « Score est l'enseigne historique, développe Giovanni Lievore, responsable du projet et des points de vente sur l'île pour Casino. Mais par manque d'investissement, elle souffre d'une image vieillotte. » Si l'on y ajoute l'arrivée de la concurrence – Carrefour, Leclerc, Système U et leurs magasins plus modernes –, il devenait urgent de réagir.

## Un magasin festif et coloré

Les 6 000 m<sup>2</sup> du Score Jumbo Savanna à Saint-Paul, à l'ouest de l'île, ont donc été réaménagés sans modification de surface. Il réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 80 M€ par an. « Nous avons proposé un concept mettant en avant la richesse naturelle et les codes architecturaux de la Réunion, précise Cyril Ayrolles, de l'agence Malherbe Retail Design. Ce premier magasin se veut donc festif, lumineux et coloré. Nous avons pris en compte les spécificités locales et les avons adaptées. » Ainsi, l'espace de promotion à l'entrée de l'hypermarché a été

## 5 à 10

C'est, en pourcentage, l'augmentation de chiffre d'affaires qu'a enregistrée le supermarché Score Jumbo de Saint-Paul à la Réunion après son réaménagement.



agrandi et l'espace textile complètement transformé. « La surface a été divisée par deux, détaille Giovanni Lievore, et les gondoles remplacées par des meubles pour former des corners. Le résultat a été quasi immédiat : depuis septembre 2008, date de l'ouverture après le réaménagement, le chiffre d'affaires du rayon est resté constant. » Et de poursuivre : « La population de l'île n'étant

pas extensible, nous savions que nous n'allions pas forcément gagner des parts de marché importantes avec cette rénovation. Il fallait donc que l'investissement reste rentable. Le financement de ce réaménagement est 40 % moins important que s'il avait été réalisé en métropole et devra être amorti sur les trois à cinq prochaines années. »

## Une fréquentation en hausse

Par exemple, seuls les meubles les plus abîmés du rayon frais ont été changés et le carrelage n'a pas été refait. Les meubles en vannerie et les lambrequins ont été préférés aux structures métalliques. Le choix semble avoir été judicieux ! Ce point de vente enregistre « une croissance du chiffre d'affaires entre 5 et 10 % selon les mois, détaille Giovanni Lievore, et une fréquentation en hausse de 5 à 7 % ». ● S.B.

Les 6 000 m<sup>2</sup> du Score Jumbo Savanna à Saint-Paul, à l'ouest de l'île, ont été réaménagés sans modification de surface. Il réalise un CA de 80 M€ par an.

