

Auchan fait ses premiers pas en Corse

Le distributeur vient d'ouvrir à Ajaccio un hypermarché, son premier magasin sur l'île de Beauté. L'opération s'effectue en partenariat avec un puissant franchisé local. Un mode de développement sur lequel Auchan mise de plus en plus ces derniers temps.

Ouvrir un hypermarché n'est plus une chose courante pour Auchan. Et quand c'est en Corse, cela tient même de l'inédit, puisque c'est le premier pas du distributeur sur l'île, à Sarrola-Carcopino, à deux pas d'Ajaccio. Dans les faits, c'est un ensemble commercial flambant neuf – l'Atrium – qui a ouvert ses portes le 8 novembre, après une courte cérémonie de bénédiction des lieux par le père Boccheciampe. La cité napoléonienne dispose désormais d'un retail park de 55 000 m², dont une galerie commerciale de 20 000 m², incluant les 6 440 m² de l'hypermarché. De quoi créer le plus grand rassemblement de boutiques de Corse, avec aussi les premiers H & M et Sephora de l'île.

Frédéric Bellon, directeur général des hypermarchés Auchan, avait fait le déplacement, et s'est déclaré « heureux d'avoir enfin pu planter le drapeau d'Auchan » en Corse. Pour y parvenir, le distributeur n'a pas tenté l'aventure de l'ouverture en propre, un schéma assez peu adapté à l'insularité. Il a préféré faire appel à un franchisé loin d'être un inconnu sur place, l'entrepreneur Patrick Rocca, à la tête du groupe du même nom. Spécialiste du transport, de la gestion des déchets et promoteur immobilier (il a financé l'ensemble du retail park), l'homme détient depuis quelques années la franchise Decathlon pour la Corse, et se lance aujourd'hui dans le commerce alimentaire. « Je suis un homme de pre-

mières », sourit celui qui a de multiples casquettes, dont celle de reprenneur des ferries SNCM en 2015.

Novices et experts

Pour autant, ne s'improvise pas distributeur qui veut. Si la société exploitant la franchise a comme actionnaires Patrick Rocca en nom propre, sa société, ainsi que son partenaire minoritaire Dominique Demedardi (qui possède plusieurs franchises Gi-Fi sur l'île), la gestion de l'hypermarché a été confiée à Marie-France Dewitte, qui a plus de quinze ans de parcours chez Auchan. Les salariés du magasin ont été envoyés en formation dans différents hypers du groupe pour se roder et ils sont appuyés par des collègues expérimentés pour le démarrage. Côté point de vente, le modèle comporte plusieurs marqueurs Auchan, comme un rayon Sushi gourmet, un espace self discount, énormément de produits locaux et régionaux (charcuterie et fromages, fruits et légumes, confitures, biscuits), dont une cave composée à 50 % de vins de l'île.

En tant que franchisé, Patrick Rocca et ses équipes, qui ont eu les coudées un peu plus franches que d'habitude sur les meubles pour les rayons traditionnels et celui des fruits et légumes, ont choisi du mobilier plus qualitatif. « C'est le produit qui nous importe, il faut donc qu'il soit visible », souffle-t-on du côté du magasin. Pour le reste, le magasin reste

très classique dans son approche, avec beaucoup de prix bas, et un choix de non-alimentaire restreint, notamment sur le textile, vu l'arrivée de nombreuses enseignes dans la galerie attenante. Pour gérer le nouveau flux de marchandises lié à cet hypermarché, le groupe Rocca a investi dans 10 remorques frigorifiques et 20 remorques classiques, entièrement dédiées.

Cette ouverture s'inscrit dans un contexte commercial très concurrentiel autour d'Ajaccio, où E. Leclerc, Carrefour et Casino additionnaient déjà plusieurs hypermarchés et drives. D'ailleurs, sur la même zone qu'Auchan, à quelques centaines de mètres, un nouveau E. Leclerc de 9 000 m² était en pleins travaux jusqu'à un brusque coup d'arrêt juridique (lire ci-contre).



Pour Auchan, cette ouverture dans l'Atrium est un joli coup en termes d'expansion et de revenus, puisque les ventes au mètre carré sont beaucoup plus élevées en Corse qu'ailleurs, mais aussi un signal positif envoyé pour le recrutement de futurs associés.

Plaisir à manger mieux

Signe que la franchise devient un levier puissant pour le nordiste, un invité de marque était présent en la personne de Barthélémy Guislain, président de l'Association familiale Mulliez (Auchan, Decathlon, Kiabi, etc.). Pendant l'inauguration, cet homme discret est monté à la tribune : « Ce magasin correspond à la nouvelle vision d'Auchan, qui est de

se faire plaisir en mangeant mieux, avec plus de produits locaux. Et je suis aussi ici pour souligner l'importance des franchisés pour la famille Mulliez. »

Auchan Retail France revendique déjà plus de 8 % de son chiffre d'affaires via la franchise. Et comme pour illustrer ce mouvement, le même jour,

1 000 kilomètres plus au nord, Auchan ouvrait son premier magasin de proximité Auchan bio dans la métropole lilloise. Un format destiné à se développer en propre... et en franchise évidemment. ?! Morgan Leclerc, à Ajaccio ■

par <>

ENCADRÉS DE L'ARTICLE

6 440 m²

La surface de l'hypermarché

45 M€ Le chiffre d'affaires d'Auchan Ajaccio attendu en année 1

220 salariés pour l'hypermarché

20 000 m² La surface du centre commercial

120 M € L'investissement de Patrick Rocca pour l'ensemble commercial

Source : LSA

Travaux suspendus pour l'E. Leclerc de Baléone

Pendant qu'Auchan célébrait son ouverture, l'heure était moins à la fête à un jet de pierre de là, sur le chantier du centre commercial Grand Ajaccio Baléone et de son E. Leclerc de 9 000 m². En une de Corse Matin, on apprenait que la cour administrative de Marseille retoquait ce projet bien avancé porté par François Padrona, l'homme fort d'E. Leclerc sur l'île, déjà propriétaire de deux magasins et de l'énorme drive de Baléone. Une décision liée à un recours déposé en 2015 non pas par Auchan, mais par la société Corsaire, qui exploite les magasins Carrefour de la zone. Malgré l'avis favorable de la CNAC au projet, « la cour d'appel a pour sa part jugé que les engagements pris (au sujet de la construction de nouvelles voies d'accès) n'étaient pas suffisamment fermes », a commenté l'avocate conseil de Carrefour. François Padrona dispose de deux mois pour se pourvoir devant le Conseil d'État. Autant dire qu'Auchan devrait avoir les coudées franches sur la zone pendant quelque temps.

« Plus qu'un centre commercial, l'Atrium est un espace dédié aux échanges. Concernant Auchan, nous allons, certes, vendre des petits pois, mais pas uniquement puisque nous voulons apporter la vision multicanale du groupe. » Patrick Rocca, PDG du groupe Rocca, franchisé Auchan