

La nouvelle charte graphique de Kiriél appliquée au magasin de Thyez (74), ouvert en 2018.



KIRIEL

UNE ANNÉE DE RENOUVEAU

Le réseau de jardinerie Kiriél renouvelle sa communication, ses achats et ses outils digitaux. L'occasion de découvrir le rayon animalerie de cette enseigne de proximité rurale. Par É. L.

Créée en 1996, Kiriél est une franchise de jardinerie rurales et périurbaines filiale du groupe Avril, acteur agro-industriel d'envergure, notamment dans la nutrition animale, avec la marque Sanders. Au 1^{er} semestre 2018, l'enseigne comptait plus de 80 magasins franchisés indépendants. Implantée historiquement dans la région Centre, elle bénéficie aujourd'hui d'une couverture nationale, et son réseau pèse environ 32 millions d'euros. Un point

de vente Kiriél est un magasin multi-spécialiste d'une surface inférieure à 1 000 m² et s'adressant à une clientèle de jardiniers amateurs ou aux professionnels du secteur agricole. Le panier moyen y est de 30 euros environ. « La proximité et le relationnel avec le client, qui peut aller, par exemple, jusqu'au tutoiement, constitue l'identité principale des jardinerie du réseau », explique Céline Coutelle, responsable marketing et communication de l'enseigne.



Le rayon des aliments pour animaux génère 21 % du chiffre d'affaires de l'enseigne.

Jardin et animaux

Lors de sa création, il y a 22 ans, le détaillant a choisi le nom de Kiriél pour évoquer la kyrielle de produits que l'on peut trouver dans ses rayons. « Même si le nom de Kiriél n'est pas toujours compréhensible pour les clients, il a gagné en notoriété. Il est reconnu là où il est implanté, et il est facile à retenir », souligne Céline Coutelle.

Dans sa nouvelle communication, l'enseigne a donc choisi de conserver son nom d'origine tout en l'accompagnant d'une nouvelle charte graphique, destinée à augmenter la visibilité des points de vente et la compréhension de leur domaine d'activité. Le nouveau logo sur fond vert acidulé arbore un pictogramme évocateur de la faune et de la flore de par sa



Le nouveau logo de l'enseigne.



La nouvelle mascotte de Kiriel, avec des animaux en bonne place.

forme et ses couleurs, et sa baseline : « Jardin-Animaux » précise le secteur d'activité du détaillant. « Nous allons droit au but, notre discours est simplifié et plus clair », précise Céline Coutelle. La mascotte de l'enseigne se renouvelle également. Dessinée en 3D, elle s'accompagne du slogan : « Votre conseil nature », venant souligner la proximité des magasins avec leurs clients. Les points de vente bénéficient également d'une nouvelle signalétique composée de panneaux de couleurs différentes pour chaque famille de produits, ainsi que de panneaux encadrant l'entrée de la surface de vente pour mieux accueillir les clients. La nouvelle communication de l'enseigne passe également par la modernisation de son site internet institutionnel, qui présente l'entreprise, ses actualités et ses promotions. Chaque magasin va bénéficier de son site personnalisé, dupliqué sur le site national mais avec ses propres photos et actualités.

Une alliance avec Apex pour les achats

Depuis le 1^{er} janvier dernier, Kiriel est associée à la centrale Apex, qui compte plus de 600 magasins aux enseignes Point Vert et Magasin Vert, ainsi que des points de vente indépendants. Ce nouveau partenariat permet aux franchisés Kiriel d'améliorer leurs conditions d'achat, d'augmenter le nombre de fournisseurs référencés et d'être plus compétitifs par rapport aux plus grands détaillants du marché. Les jardinerie Kiriel proposent des rayons adaptés aux besoins des clients de chaque région dans les secteurs du jardin, des végétaux, de l'alimentation animale, de l'élevage, du vêtement et du chaussant, du terroir et du bricolage. L'animalerie ne comprend pas de rayon dédié aux animaux vivants. Le rayon des aliments pour animaux se compose des aliments pour chiens, chats, oiseaux, rongeurs, basse-cour et chevaux et génère 21 % du chiffre d'affaires de l'enseigne. Il se complète d'une offre d'accessoires pour tous animaux de compagnie. L'aliment sec pour chien reste son cheval de bataille. Le rayon élevage, composé des produits nutritionnels et d'hygiène, matériels vétérinaires, matériels pour la basse-cour et clôtures électriques, génère, de son côté, 13 % du chiffre d'affaires.



La nouvelle signalétique des différents univers des magasins.

Montée en gamme du pet food

« Pour dynamiser notre rayon aliments secs pour chiens, qui s'es-soufflait un peu, nous sommes montés en gamme mais aussi en compétences sur le conseil. Nous avons pu bénéficier de la formation des marques avec lesquelles nous travaillons », explique Céline Coutelle. L'offre d'aliments secs pour chiens des magasins s'est ainsi étoffée de solutions plus naturelles, comme des recettes sans gluten et sans céréales répondant mieux au régime carnivore de l'animal. « Nos clients sont de plus en plus sensibles à la santé de leurs animaux et préfèrent revenir aux basiques avec des formulations plus naturelles, c'est-à-dire avec plus de protéines animales, sans OGM... », commente Céline Coutelle. Dans leur assortiment, les magasins Kiriel restent indépendants. Un plan d'assortiment national leur est proposé mais ils peuvent travailler avec un fournisseur local s'ils le souhaitent. Ils peuvent également élaborer leur propre grille tarifaire. Le réseau doit toutefois suivre les huit catalogues promotionnels annuels édités par le franchiseur, tant pour le référencement que pour la grille tarifaire.

Les oiseaux de la nature

Les aliments pour oiseaux de la nature figurent parmi les segments dynamiques du rayon animalerie des magasins. Ils signent de fortes progressions. « Nous proposons aujourd'hui de gros conditionnements sur ces aliments destinés aux oiseaux de la nature. Ces gros volumes fonctionnent très bien et



Le site internet de l'enseigne bénéficie d'une nouvelle mouture.

ne cannibalisent pas la vente des conditionnements moins importants », explique Céline Coutelle. De nouveaux produits sont référencés dans cet univers, comme des blocs de graisse haut de gamme avec fruits et insectes pour la prochaine saison hivernale. S'il représente en moyenne près d'un quart du chiffre d'affaires de l'activité, le rayon animalerie obtient des résultats variés en fonction de la sensibilité des franchisés. « Spécialiste de la nutrition animale, notre magasin Kiriel Champ Vert d'Allauch, dans les Bouches-du-Rhône, réalise plus de la moitié de son chiffre d'affaires sur ce segment », illustre Céline Coutelle, qui confirme par d'autres exemples dans les rayons cheval, chasse ou pêche. Tous les franchisés du réseau pourront découvrir les nouveautés produits de ce secteur lors du prochain salon d'enseigne, qui se tiendra les 21 et 22 novembre prochains au palais des Congrès de Vichy, dans l'Allier. ■

TROIS OUVERTURES AU 1^{ER} SEMESTRE

Le réseau Kiriel réalise 3 à 4 ouvertures par an. Trois ont eu lieu au 1^{er} semestre 2018. Il s'agit des établissements Andrieux, à Saint-Aulaye (24) qui a rouvert après un incendie, de Kiriel Main Verte, à Saint-Estève (66) et de Kiriel Thyex (74).