



Antoine Lemelle
Responsable immobilier
Lidl France



Parcours scolaire et professionnel :

Antoine Le Melle est un ancien étudiant de l'IUT de Nantes. Après avoir été diplômé d'un DUT Gestion des Entreprises et des Administrations (GEA) à l'IUT de Nantes, il poursuit ses études avec un master (spécialisation marketing et management de la distribution) au sein de l'IAE de Rennes. Master durant lequel il effectue une année en Belgique à la Katholieke Universiteit Leuven. Il développe son expérience en tant que « Responsable des Ventes Secteur et Responsable du Recrutement des Managers Lidl » pendant neuf ans, avant de devenir responsable du développement immobilier puis responsable immobilier chez Lidl France. Son rôle consiste à trouver des terrains d'implantations.

Lidl France :

L'entreprise Lidl prend une nouvelle dimension depuis quelques années. L'entreprise se modernise tout en conservant l'un des fondamentaux du hard discount. Un véritable pôle marché accueille le client, avec l'espace pains et viennoiseries sur un arc de cercle, plusieurs meubles consacrés aux fleurs et une grande allée pénétrante offrant un large choix de fruits et légumes. Le frais (50% des ventes) est mis à l'honneur, et pas dans n'importe quel cadre, puisque les couleurs ont été revues. Le jaune et le bleu ne figurent plus que sur le logo visible sur la façade. À l'intérieur, deux teintes monopolisent le regard : le gris anthracite et le bois clair. Ils sont partout : sur les murs, les montants des meubles, les caisses, les bandeaux de prix. De quoi donner une ambiance plus feutrée et accueillante.

« Nous avons fait le choix d'afficher beaucoup moins de PLV, de matraquage visuel sur les prix, et les clients nous indiquent que le magasin est agréable »

Stratégie Lidl :

Lidl fonctionne par territoire et s'approvisionne localement selon ses zones d'implantation. Pour l'entreprise, le prix n'est pas un gage de qualité et les produits proposés correspondent à leurs attentes. Les clés de la réussite pour Lidl sont la qualité ainsi que l'accueil afin d'offrir la meilleure expérience client. Lidl propose une gamme restreinte (1 marque nationale et une marque distributeur par référence). Lidl travaille avec un fournisseur, sur un produit, sur une taille ce qui permet d'effectuer des commandes simples et d'agir sur une seule ligne de production ce qui baisse le coût de matière première.

Lidl se positionne sur un axe de proximité avec de nouvelles structures de 1400m² dans lesquelles les courses sont faites en ¼ d'heure / 20 minutes.