



La compañía cumple 20 Años en España

La historia de Leroy Merlin es la historia del Bricolaje en España

La compañía celebra su aniversario con promociones especiales y un 20% de descuento el 26 de junio en todas sus tiendas

Lunes 22 de junio de 2009.- Leroy Merlin celebra este año su 20 Aniversario en España. Desde la apertura de su primera tienda en Leganés en 1989, la trayectoria de Leroy Merlin España se ha definido por la adaptación a cada mercado local donde se ha ido implantando, la involucración total de sus empleados y el espíritu de mejora.

Leroy Merlin España es una empresa local, tiene autonomía de gestión, pues Leroy Merlin es una compañía descentralizada donde prima la adaptación al mercado donde se desarrolla, en este caso España.

Los datos más significativos y que convierten a Leroy Merlin España en la primera gran empresa de distribución especializada en el acondicionamiento del hogar en España a fecha de hoy son:

- Presencia en 14 comunidades autónomas y 25 provincias
- 47 tiendas (incluidas las dos nuevas tiendas de este año 2009, una en Gipuzkoa (junio 09) y otra en Gijón (diciembre 09).
- 8.000 empleados
- Sus tiendas abarcan más de 350.000 m2 de superficie de sala de venta, sobre un total aproximado de 700.000 m2 (datos 2008) correspondientes a centros con superficies de más de 2.500 m2 dedicados al bricolaje y al acondicionamiento del hogar.
- Las tiendas Leroy Merlin cubren las necesidades de más de 3 millones de hogares.
- Por las tiendas Leroy Merlin pasan anualmente 25 millones de personas.
- Estabilidad laboral de más de un 90%, siendo la única empresa del sector distribución con estabilidad similar.
- Un 85% de los equipos de sus tiendas tienen contrato indefinido
- El 95% de sus empleados son accionistas de la compañía.
- El 90% de los proveedores son españoles.
- Y la compañía reparte sus resultados entre sus empleados a través de una prima de progreso trimestral, una prima de resultados semestral, una participación en beneficios anual y la posibilidad de ser accionistas de GROUPE ADEO.

En 1991 España contaba con 40.000 m2 de sala de venta de centros de más de 2.500m2 dedicadas al bricolaje y acondicionamiento del hogar, 3,5 m2 por cada 1.000 hogares, 3 marcas y 7 tiendas. A finales de 2008 la cifra de sala de venta de superficies de más de 2.500m2 dedicadas al bricolaje y acondicionamiento del hogar asciende a 700.000m2 correspondientes a 117 tiendas y 15 marcas, es decir 43 m2 por cada 1.000 hogares.



Por otro lado, el consumo medio por hogar en acondicionamiento y bricolaje se ha triplicado en estos 20 años, pasando de 356 euros por hogar y año a 971 euros. (Dato obtenido a partir de la Encuesta de Presupuestos Familiares publicada por el INE).

Leroy Merlin, un caso de éxito compartido con sus empleados

Los grandes logros de Leroy Merlin en estos 20 años de trayectoria han sido la democratización de los precios, la puesta en venta de productos innovadores y de tecnología industrial aplicada al consumo y su orientación al bienestar del cliente. La estrategia comercial y de producto de la compañía gira en torno al objetivo de ayudar a sus clientes a crear hogares más cómodos, prácticos, seguros y sostenibles.

Leroy Merlin es caso de éxito en cuanto a modelo de negocio, concepto comercial y modelo de gestión de Recursos Humanos.

- Modelo de negocio descentralizado: este modelo de negocio ha proporcionado a Leroy Merlin España la agilidad y adaptación local necesaria para asegurarse el liderazgo.
- Concepto comercial: multi-cliente, multi-producto y multi-estilo dentro de una gran superficie especializada.
- Modelo de empresa participativo: modelo de empresa que se basa en la descentralización, la autonomía y responsabilidad de los equipos de cada tienda. Este modelo deriva por tanto en un modelo de gestión de recursos humanos en el que se prima y fomenta la autonomía y la iniciativa. Consecuencia de ello es la forma de retribuir a sus empleados a través de unas Políticas de Participación en virtud de las cuáles se reparte el progreso, los resultados y beneficios de la empresa a nivel nacional, entre sus empleados. En el año 2008 la compañía ha repartido más de 20 millones de euros entre sus empleados

Pioneros y emprendedores: anécdotas de sus comienzos

Los comienzos de la primera tienda Leroy Merlin en España no fueron fáciles. Poco después de la apertura de Leganés, quienes en aquel entonces eran Director General de Leroy Merlin España, Damián Delanplaque (Actual Director General del Grupo ADEO) y el Director de Recursos Humanos, Félix Fernández (hoy Director General Delegado del Grupo Adeo en España y Portugal); Grupo al que actualmente pertenece Leroy Merlin; tuvieron que asumir puestos en la propia tienda para poder sacar el joven proyecto adelante. Los primeros cinco años de la compañía supusieron una auténtica aventura. La segunda tienda, en Alboraya, Valencia, permaneció cerrada durante un año hasta acertar con el modelo de negocio español. En 1994 la compañía implanta su propia central de compras y en 1996, con la apertura de la primera tienda en Sevilla Leroy Merlin empezó a consolidarse.

Un nuevo modelo de hogar y de cliente

A principios de los años 90 España contaba con 11.536.300 hogares, en 2008 esta cifra se ha elevado a 16.280.438. Con dos tiendas en España en 1989 el número de hogares clientes de Leroy Merlin era de 54.148, según datos referidos a 2008 esta cifra asciende ahora a 3.164.808 hogares clientes.



En estos 20 años ha crecido considerablemente el número de viviendas monoparentales, así el número de personas menores de 65 años que viven solas suponía en 1991 un 1,15% del total de la población mientras en 2008 significó el 3,1%. Lo mismo sucede con los hogares en los que viven una pareja sin hijos o con un hijo que han aumentado en dos puntos porcentuales y en uno respectivamente.

El tipo de hogares ha cambiado y por consiguiente también en estos 20 años el perfil de cliente de Leroy Merlin ha experimentado variaciones. Mientras que en 1991 los clientes hombres representaban el 55,1% en 2008 representan el 41% lo que se traduce en un aumento del número de mujeres que consumen productos Leroy Merlin y que toman cada vez más decisiones en el ámbito del hogar. Mientras a principios de los años 90 el tramo de clientes de 45 años representaba un 25% del total en 2008 pasó a ser un 35%.

Durante el 1 mes de la apertura de la tienda de Leganés en 1989 se registraron un total de 27.341 clientes, en 2008 por las tiendas Leroy Merlin han pasado 25 millones de personas.

La filosofía de Leroy Merlin, “Hazlo tu mismo” responde a una manera de percibir al cliente como independiente, imaginativo y proactivo respecto a su hogar. Hoy en día la empresa apuesta no sólo por mantener una amplia gama de productos sino desarrollar proyectos e iniciativas pedagógicas para informar y formar adecuadamente a sus clientes.

De aquellos a estos productos... y productos nuevos

A lo largo de 20 años los hogares españoles han evolucionado en materiales y estilos, y todos los productos de uso en el hogar han experimentado cambios significativos. En el año 1989 tan sólo un 17% de los hogares españoles contaban con un taladro, actualmente más de la mitad lo tienen.

Otro dato significativo es la democratización de los precios y el acceso a productos considerados inalcanzables para muchos consumidores. Los ejemplos más ilustrativos son el aire acondicionado (600 euros en 1990 y ahora se encuentra por 170 euros), los video porteros (500 euros hace 20 años y ahora se puede adquirir por 100 euros) y las cabinas de hidromasaje, que sólo se encontraban en tienda especializadas y hace 20 años costaban 3.000 euros y en la actualidad se encuentran por 500 euros.

Pintar es una de las tareas que más personas realizan por su cuenta en el hogar, hace 20 años una pintura tardaba en secarse unas 24 horas, hoy existen pinturas que se secan en media hora y que además son inodoras. En materia de pintura y como curiosidad, con la pintura que Leroy Merlin ha vendido en estos 20 años se podrían llenar 35 piscinas olímpicas pintar 11 millones de salones, lo que precisamente equivale a número de hogares españoles de 1991.

Hace 20 años no existían los suelos laminados click cuya instalación no es necesario emplear cola, lo que supone un 60% de ahorro en la instalación, ni tampoco existían los suelos ignífugos.

Era difícil imaginar en 1989 las bombillas de bajo consumo, cuyo uso implica un ahorro del 80% respecto al uso de bombillas convencionales incandescentes y menos pensable era aún la domótica aplicada al consumo doméstico o productos tan útiles como sorprendentes como el diferencial rearmable, el diferencial de la común caja de fusibles que se sube de forma automática cuando se bajan los fusibles.

Los materiales de aislamiento han perfeccionado su técnica, son más ligeros y cumplen su función con más eficacia. Actualmente el 80% de las tejas que vende Leroy Merlin son plásticas (más fácil



de instalar). Veinte años atrás no existían los aislamientos acústicos de poliuretano ni los aislamientos reflectantes para paredes y techos.

En el ámbito del jardín, la innovación más destacada es el empleo de baterías para corta césped, motosierras y cortasetos. El oxígeno activo ha revolucionado el mantenimiento de las piscinas. Este sistema, que sustituye al cloro, es inodoro, no irrita los ojos ni la piel y su utilización evita la renovación parcial del agua, al no contener ácido isocianúrico, lo que ayuda a ahorrar agua en verano. A este respecto las normativas en materia de renovación de piscinas obligan a renovar la totalidad del agua cada 3 años.

En el ámbito de la decoración, Leroy Merlin ha aumentado su gama de productos referidas a todas las estancias de la casa pasando de ser percibido en sus orígenes como un establecimiento de bricolaje a una opción en decoración de calidad y al hilo de las tendencias del mercado.

20 años suponen Nuevo Retos.

Leroy Merlin cumple 20 Años formando parte de los hogares españoles con satisfacción y agradecimiento, a la vez que entiende este aniversario como motor para asumir nuevos retos. En 2009 y como materialización de su compromiso con el medio ambiente, la empresa lanzó las Eco Opciones, amplia gama de productos dividida en 5 categorías que contribuyen a un hogar más sostenible y además ha sido pionera en instalar en sus 45 tiendas los contenedores Ambilamp para el correcto reciclaje de bombillas de bajo consumo, consideradas residuos peligrosos.

2009 supone también nuevas aperturas de tiendas como las que tendrán lugar próximamente en Oriartzun y Gijón.

Leroy Merlin España

Leroy Merlin es la compañía líder en acondicionamiento del hogar en España (decoración, bricolaje, jardinería y construcción) y ofrece sus productos y soluciones a más de 25 millones de clientes a través de 45 tiendas, gracias a la labor profesional de más de 8.000 colaboradores, de los cuales un 95% son accionistas de la compañía.

Grupo ADEO

Leroy Merlin pertenece al Grupo Adeo, paraguas bajo el que operan diferentes marcas comerciales especializadas en el sector del bricolaje y el acondicionamiento como son Leroy Merlin (Brasil, China, España, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portugal y Rusia), Bricocenter (Italia), Weldom y Dompro (Francia); AKI (España y Portugal), Bricoman (Francia, Polonia e Italia) y Bricomart (España)). El Grupo ocupa el 4º puesto en el ranking mundial de su sector y el 2º en Europa; cuenta con más de 400 tiendas en 9 países y cuenta con una plantilla de más de 52.000 empleados

Para más información de prensa:

AUBYN GROUP

Livinia Stuyck email: ls@aubyngroup.com
Leticia Pérez-Lafuente email: lpf@aubyngroup.com

Tel. +34 913 980 033 / +34 695 190 590
Tel. +34 913 980 033 / +34 660 868 239

Patricia Viñes

Responsable de Comunicación Institucional Leroy Merlin

91 7496654

616019033

patricia.vines@leroymerlin.es