

Alimarket

Électro Dépôt prioriza implantarse en España

NEREA NÚÑEZ | 12/04/2016

Distribución
Electro



Électro Dépôt, la distribuidora francesa de electrodomésticos en formato low cost, **cerró el pasado ejercicio con un crecimiento en su facturación del 5%, logrando unas ventas de 630 M€**. Se da la circunstancia de que desde su inicio de actividad en 2004, Électro Dépôt ha logrado ventas en progresión, incluso en años como el pasado, en el que el mercado francés de electrodomésticos se contrajo el 1,5%, tras 10 años casi ininterrumpidos de descensos en valor. Électro Dépôt inauguró en 2015 un total de 5 nuevos establecimientos en Francia, y ya ha avanzado que en el presente 2016 abrirá al menos otras 5 tiendas. Siempre bajo la perspectiva de priorizar los buenos resultados de sus emplazamientos por encima del número de aperturas. El caso es que Électro Dépôt lleva dos años trabajando en su proyecto de expansión internacional, y como consecuencia de ello en 2015 abrió su primera tienda en Bélgica. Este desarrollo tiene otro objetivo: España. Aquí cuenta con Pascal Chabret desde hace un año como director de la filial española, que busca localizaciones en la periferia de las grandes ciudades, principalmente en Madrid. **Aún no ha trascendido ningún emplazamiento concreto, pero sí una fecha, principios de 2017**. Électro Dépôt, integrada en el Grupo HTM (familia Mulliez), dispone de un

total de 67 tiendas abiertas, y prevé sumar otras 100 hasta el 2020. Estos almacenes se ubican en áreas periféricas de grandes ciudades, con una superficie media que oscila entre los 1.500 y los 2.000 m2.

¿Cómo es una tienda Électro Dépôt?

El establecimiento de **Électro Dépôt es un cash and carry de electrodomésticos**, donde el cliente escoge el producto, lo paga y se lo lleva. Su formato se inspira en empresas de distribución low cost como Costco o Colruyt. Ellos mismos definen sus tiendas-almacenes como sobrias y sin decoración superficial, con productos nuevos y presentados en palés con su embalaje de origen en cajas y cartones. Ahora bien, el surtido de electrodomésticos, TV, sonido, imagen y multimedia tiene de manera permanente un precio un 20% menor al del mercado. Y explican que se debe a que "compramos en gran cantidad para obtener mejores tarifas, nuestros jefes de compras negocian para vosotros las mejores novedades, nuestra gama de producto es pequeña y cubre todas vuestras necesidades, os proponemos nuestras marcas propias con una excelente relación calidad-precio, y los probamos para garantizar su fiabilidad, y almacenamos todos nuestros productos en las tiendas". Y es que **Électro Dépôt no solo comercializa primeras marcas en sus establecimientos sino que cuenta hasta con ocho propias**: 'Tekyo', 'Edenwood', 'Cosy Line', 'Cosy Life', 'Bellavita', 'Valberg', 'Novistar' y 'Exceline'.

Alimarket