

Leroy Merlin apuesta por la transformación hacia un modelo omnicanal pionero en España

- Leroy Merlin celebra sus 25 años de presencia en España consolidándose como líder en el sector del acondicionamiento del hogar
- La compañía tiene previsto abrir 22 nuevos puntos de venta en los próximos 5 años, con una inversión de 370 millones de euros y la creación de 2.500 puestos de trabajo directos
- Leroy Merlin obtuvo durante 2013 una facturación de 1.506 millones de euros
- A finales de 2014, el 100% de la gama de Leroy Merlin estará disponible en su tienda online

Madrid, 10 de abril de 2014. Leroy Merlin cumple 25 años en España, desde la apertura de su primera tienda en Leganés en 1989. En estos 25 años, la compañía ha abierto 58 puntos de ventas en España, estando presente a día de hoy en 15 de las 17 comunidades autónomas españolas. Así, Leroy Merlin se ha posicionado como líder sólido del mercado gracias a un modelo ético, eficiente y financieramente solvente. Con una cuota actual de mercado del 12%, las tiendas de Leroy Merlin reciben más de 44 millones de visitas al año.

Leroy Merlin obtuvo durante 2013 una facturación de 1.506 millones de euros. En comparación con 2012, Leroy Merlin ha incrementado sus ventas un 3,5%. Estos resultados responden al esfuerzo de sus 8.000 empleados y a una mayor eficiencia en los procesos internos. Leroy Merlin cree que un alto compromiso con la rentabilidad es la clave para la viabilidad futura del negocio. Su firme apuesta por la eficiencia ha posibilitado una bajada de precio en 18.000 productos, equivalente a 22 millones de euros.

Cuándo, dónde y cómo el cliente quiera

Esta posición de liderazgo, el cambio en los hábitos de consumo, la relevancia del mundo online y la opinión de sus propios empleados expresada a través del proyecto Visión han motivado a la compañía a liderar la transformación a un nuevo concepto de compra en el sector del acondicionamiento del hogar. Según Ignacio Sánchez Villares, Director General de Leroy Merlin, *“con la estrategia omnicanal queremos dar solución a las necesidades de nuestros clientes cuándo, dónde y cómo ellos quieran a través de una experiencia de compra transversal y homogénea entre todos nuestros canales: tienda, internet, teléfono y redes sociales”*.

Para alcanzar este reto, Leroy Merlin está llevando a cabo un cambio global que conlleva una transformación logística, tecnológica y del propio equipo humano, proceso que estará completado en 2018 y conllevará una inversión de 54 millones de euros en TIC en 2014. Según el Director General, *“estamos trabajando para ampliar nuestro catálogo de productos hasta las 200.000 referencias y reducir a la mitad los plazos de entrega al cliente, para así poder ofrecer la totalidad de nuestra gama a toda la geografía española”*. En este sentido, las ventas de la tienda online han progresado un 136% en 2013 respecto a 2012, año en el que arrancó su actividad. Ignacio Sánchez Villares ha afirmado al respecto que *“las previsiones son seguir manteniendo crecimientos a tres dígitos en los próximos años. Además, a finales de 2014, el 100% de la gama de productos de Leroy Merlin podrá comprarse a través de la tienda online”*.

22 nuevas tiendas en los próximos 5 años

Al mismo tiempo, Leroy Merlin seguirá apostando por ampliar su red de tiendas en España. Las tiendas mostrarán física y/o virtualmente todas las referencias del catálogo de Leroy Merlin, ya que contarán con los dispositivos y herramientas tecnológicas necesarias para mostrar toda la gama, ofrecer el mejor asesoramiento e incentivar la inspiración y generación de ideas a los clientes.

La compañía prevé abrir 22 nuevos puntos de venta en los próximos 5 años, lo que supondrá la creación de 2.500 puestos de trabajo directos y 1.000 indirectos. Leroy Merlin invertirá en este plan de expansión 370 millones de euros. Concretamente en 2014 está prevista la apertura de 2 nuevas tiendas en Badajoz y Tamaraceite (Las Palmas de Gran Canaria), con una inversión total de 65 millones de euros. En los dos últimos años, Leroy Merlin ha abierto 9 nuevos puntos de venta en España.

Las personas, clave del éxito de Leroy Merlin

Leroy Merlin pone a sus empleados en el centro de su modelo de negocio, basado en el trabajo en equipo, la cercanía, la confianza y la proximidad. Por ello, ofrece espacios de autonomía a sus empleados para que pongan en marcha iniciativas de mejora, tomen decisiones y asuman retos. Esta apuesta por los equipos se traduce en un 89% de contratos indefinidos y un 100% de promoción interna para puestos de dirección. Además, Leroy Merlin hace a sus empleados partícipes del éxito, con el reparto de beneficios entre todos ellos. En 2013, la compañía repartió el 18,5% de sus beneficios entre todos sus empleados. Además, el 92% de los empleados de Leroy Merlin son accionistas de GROUPE ADEO, al que pertenece la compañía.

Nota a redactores:

Pie de foto de izquierda a derecha:

Ignacio Sánchez Villares, Director General de Leroy Merlin España
Nuno Filipe, Director de Recursos Humanos de Leroy Merlin España
Miguel Madrigal, Director de Marketing de Leroy Merlin España



Leroy Merlin España

Leroy Merlin es la compañía líder en acondicionamiento del hogar en España (bricolaje, construcción, decoración y jardinería). La compañía ofrece sus productos y soluciones a través de 58 puntos de venta en España, gracias a la labor profesional de más de 8.000 colaboradores, de los cuales un 92% son accionistas de la compañía. En 2013, Leroy Merlin España alcanzó una facturación de 1.506 millones de euros.

Para más información de prensa:**Leroy Merlin**

Responsable de Comunicación Institucional y RSE

Susana Posada: susana.posada@leroymerlin.es

Tel. +34 91 749 59 52/ +34 626 941 232

Weber Shandwick

José Antonio Ortega: jortega@webershandwick.com: Tel. +34 91 745 86 00/38

Natalia Sánchez: nsanchez@webershandwick.com: Tel. +34 91 745 86 00/47