



Leroy Merlin

Commerce - Artisanat

Entreprise pionnière de Groupe ADEO créée en 1921, Leroy Merlin est aujourd'hui en France l'enseigne leader sur le marché de l'amélioration de l'habitat et du cadre de vie. C'est aussi l'une des enseignes préférées des Français chaque année. Bricolage, construction, rénovation énergétique, jardin, décoration... L'amélioration de l'habitat est le terrain d'expertise et d'innovation de Leroy Merlin.

- **CHIFFRE D'AFFAIRES : 790 000 000 €**

- **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Oui**

- **28 000 COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES**

Leroy Merlin

“Pour la p’tite histoire”



POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Alors que l'enseigne s'apprête à fêter ses 100 ans, avec une série d'événements et d'opérations à destination des clients (les Habitants) et des parties prenantes, les équipes ont à coeur d'imaginer un dispositif interne puissant, fédérateur et généreux. En effet, Leroy Merlin est une entreprise qui a mis le collectif au coeur de son mode de fonctionnement, de sa stratégie et de son ADN (les 30 000 collaborateurs sont notamment des acteurs des plans stratégiques). Leroy Merlin désirait revisiter son histoire grâce à un récit audiovisuel original, en résonance avec la stratégie de transformation actuelle et en capacité d'engager l'ensemble des collaborateurs pour continuer d'écrire l'histoire de Leroy Merlin... sans se raconter au passé.

01-2024 / 01-2025 - BUDGET : 250 000 €

Le budget comprend : Conception, production & réalisation d'une websérie de 7 épisodes qui retrace les 100 ans de l'enseigne

Leroy Merlin

“Pour la p’tite histoire”

POUR QUI ?

Le format a été pensé et voulu à destination des 28 000 collaborateurs Leroy Merlin à travers le monde en tant qu’outil de communication interne. Une partie des contenus ont également été sélectionnés pour être diffusés en externe sur les réseaux sociaux au lancement du centenaire, et d’autres seront repris par la marque employeur comme support d’accueil des nouveaux arrivants.

COMMENT ?

En faisant une saga plutôt qu’un « grand film » historique et rétrospectif, pour mieux raconter des histoires populaires et conniventes qui impriment dans l’imaginaire collectif et de en partageant la scène avec les femmes et les hommes de Leroy Merlin avec un dispositif participatif.

« Pour la P’tite Histoire » c’est sept épisodes de 2 minutes qui mettent en scène les anecdotes et les secrets qui ont façonné la grande histoire Leroy Merlin. Une grande histoire construite sur des histoires d’amour, de progrès, d’impact ou d’audace. Des histoires locales... ou nationales. Des histoires de France, mais surtout des histoires de Français. Et le centenaire de Leroy Merlin, c’est ça. La célébration des petites histoires d’une grande entreprise qui s’est créée il y 100 ans, et qui, n’a jamais cessé d’accompagner les Français.

Leroy Merlin

“Pour la p’tite histoire”

LES RÉSULTATS

- Une saga partagée par Agathe Monpays, DG de l'enseigne, auprès de tous les collaborateurs lors de la cérémonie des voeux
- des dizaines de collaborateurs mobilisés, relais de la série dans leurs magasins
- des milliers de vue dans les "rituels" équipe

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Une charte d'éco-production a été mise en place depuis septembre 2023 et regroupe notamment des dispositifs éco-responsables sur les plateaux de tournage et des solutions d'amélioration en postproduction.

Voici quelques exemples qui ont été appliqués à cette production :

- Point de tri sélectif sur les tournages (avec la solution de Les Joyeux Recycleurs).
 - Gourdes alu lavables individuelles et fontaines à eau, mugs individuels.
 - Catering végétarien.
 - Pick up collectifs pour techniciens et comédiens en véhicules électriques.
 - Calcul du bilan carbone de chaque film.
- La série a obtenu du eco-score de 76,3%.