

# LEROY MERLIN : Du côté de chez vous magazine

D'abord lancé en kiosque puis distribué aux porteurs de la carte Leroy-Merlin, "Du côté de chez vous" est vendu en magasin prix de 2,50. Il est passé à 268 pages en mars 2006.



**Le magazine apparaît comme un outil qui fait rêver les lecteurs mais tout en restant proche de leurs préoccupations.**

- Du côté de chez Vous est perçu comme réaliste, crédible et comme pratique : il n'est pas sectaire et s'intéresse à tous les habitats. Ce n'est pas un magazine papier glacé tape à l'œil servant d'écrin pour de belles publicités. Il est proche du porte-monnaie et des préoccupations des lecteurs.

- *Oui mais plutôt que d'acheter les magazines en papier glacé qui coûte vachement cher et qui sont difficilement réalisable dans des maisons qui ressemblent pas aux nôtres.*
- Le magazine n'est pas figé : il ne se contente pas de présenter de beaux habitats mais d'aiguiller et de conseiller les lecteurs pour leur donner les moyens de réaliser leurs idées.
  - *Il y a quand même des exemples de montages*
  - *C'est pas qu'exposer les produits, c'est démonstratif*

**Dans ce magazine, Leroy Merlin trouve le temps, la forme et la place pour donner des images et des conseils d'utilisation. Le lecteur, quant à lui, a l'espace pour bricoler et décorer son intérieur.**

- Les lecteurs valorisent le fait que le magazine mélange les deux grands sujets, à savoir le bricolage et la décoration qui dans bien des cas sont complémentaires.
  - *Y'a pas que du bricolage, y'a aussi de la déco, ça mélange.*
- Le fait de présenter les objets dans leur environnement est très apprécié. En donnant une idée plus précise du rendu, il permet d'imaginer et de se projeter plus facilement.
  - *Je trouve très intéressant de voir les produits dans un environnement*

**L'objectif affiché du magazine qui est que "les envies prennent vie" est immédiatement perçu par les consommateurs lorsqu'ils le feuillentent.**

- Le contenu est riche et fournit de nombreuses idées au lecteur. Le prix du magazine trouve ici toute sa justification en rendant le magazine plus clair car moins publicitaire. C'est vraiment l'informatif qui prime.
- La grande force du magazine est qu'il semble vraiment se mettre au service des consommateurs en leur offrant un contenu au plus proche de leurs questions quotidiennes. En outre, il mise plus sur le réaménagement de son habitat grâce à quelques astuces que par un relooking complet et onéreux.
  - *C'est faire du nouveau avec de l'ancien, on voit bien le lien avec ce qu'on a chez nous et ce qu'on peut en faire.*
  - *Là je cours l'acheter dans la semaine, il y a des couleurs qui nous correspondent, des choses que je peux faire, accessibles à tout à chacun.*

- ➔ Ce consumer magazine répond aux attentes d'information des lecteurs. Ici la marque est particulièrement effacée.
- ➔ Le contenu proposé répond aux attentes des passionnés de décoration qui cherchent des trucs et astuces pour changer et adapter leur habitat plus que de tout changer.

Par comparaison à « Du côté de chez vous » Truffaut magazine est perçu comme trop strictement publicitaire avec un contenu moins pertinent.

Du côté de chez vous	Truffaut
Payant 2,5€ et distribué aux détenteurs de cartes	Gratuit
Une majorité d'articles qui donne envie de lire le magazine.	La quantité de publicité dissuade les lecteurs. - <i>Il faut arriver à la page 12 pour arriver à un article, y'a énormément de pub !!!</i>
Un contenu rédactionnel réel avec des articles qui donnent de vraies infos pratiques et des conseils.	Le contenu rédactionnel est pauvre et décevant. Il n'y a pas d'effort d'éditorialisation. - <i>y'a pas d'argumentaire</i> - <i>C'est axé sur la photographie</i>
Un magazine qui apporte des conseils et des astuces pour aider le lecteur dans ses travaux.	Un magazine publicitaire qui présente les produits sans donner de « culture produits ». - <i>C'est très vitrine produit</i> - <i>Ça montre les produits</i>
Les produits sont valorisés, replacés dans un contexte, un environnement.	Les produits sont photographiés sans mise en scène. - <i>Ça fait catalogue</i> - <i>C'est pas placé dans un contexte</i>