

St Maclou revient à son ADN de référence incontestée du revêtement de sol en France, évidemment !

Marque du patrimoine français, St Maclou ouvre un nouveau chapitre de son histoire, en opérant un retour assumé à son ADN: le revêtement de sol, et déploie une offre de services experts (pose, entretien, réparation, confection sur mesure). Soutenue par le groupe ADEO depuis 2023, la marque fonde ses ambitions de croissance sur un modèle recentré, plus lisible et plus différenciant pour recréer l'évidence.

Un héritage fort et une empreinte nationale : plus de 60 ans d'expertise du sol

Fondée en 1963 à Wattrelos (59), St Maclou est connue de 90 % des Français et a marqué les esprits avec son slogan "Saint-Maclou, évidemment !".

La marque s'est imposée au fil des décennies comme une référence du revêtement du sol alliant accessibilité, choix et expertise de la pose.

Aujourd'hui, l'entreprise s'appuie sur 1 300 collaborateurs, dont 300 poseurs intégrés, et un réseau de 132 magasins. Elle est le seul spécialiste du secteur à bénéficier d'un maillage national permettant d'accompagner les projets partout en France, avec une expertise qui s'exprime depuis la conception jusqu'à la pose et l'entretien.

Un repositionnement stratégique pour se différencier durablement

Dans un marché du revêtement de sol fortement concurrentiel, St Maclou fait le choix d'une différenciation claire : miser sur l'expertise, le service et la qualité.

Ce repositionnement se traduit d'abord par un enrichissement majeur de l'offre. Tout en conservant ses solutions historiques accessibles, la marque renforce considérablement sa profondeur de gamme pour couvrir l'intégralité des besoins. Cette nouvelle amplitude permet de proposer des produits plus techniques et plus exclusifs : parquets massifs, carrelages grand format effet marbre ou moquettes haute facture viennent ainsi compléter l'assortiment. Le carrelage fait d'ailleurs un retour remarqué, aussi bien en intérieur qu'en extérieur.

Sur le plan stylistique, les collections évoluent également. Aux côtés des intemporels, des propositions plus audacieuses font leur entrée, à l'image des tapis et moquettes léopard lancés en 2025. Cette créativité s'accompagne d'une offre de personnalisation totale : dimensions, types de finitions, galons ou formes de découpes... Le client a toute la liberté de concevoir une pièce unique.

Cette évolution de l'offre s'accompagne d'une **modernisation du parc de magasins**. Les premiers points de vente ont été remodelés afin d'incarner le nouveau positionnement de la marque, notamment à Toulouse et à Aix-en-Provence. Un magasin en Ile de France sera prochainement transformé à son tour. Ces rénovations traduisent la volonté d'offrir une expérience plus immersive, plus inspirante et davantage orientée vers le conseil et le service.

Le marque poursuit également la modernisation de **ses canaux digitaux**. La refonte du site e-commerce vise à faciliter le parcours client et notamment la prise de rendez-vous. L'objectif est clair : remettre la proximité et le conseil au cœur de l'expérience.

Les services comme accélérateur de croissance et levier de différenciation

Réputée pour son expertise en pose, l'enseigne s'appuie sur 300 experts internes et sur un réseau de 350 artisans partenaires. Ensemble, ces équipes réalisent 50 000 projets sol posés par an sur l'ensemble du territoire français.

Leur contribution au chiffre d'affaires est stratégique. En 2025, 10 % des actes d'achat combinant produit et pose ont généré 50 % du chiffre d'affaires, preuve du rôle structurant des services dans le modèle économique. L'objectif est de doubler dans les trois prochaines années..

En addition de la pose, St Maclou élargit désormais son terrain de jeu en relançant des services d'entretien, de réparation, et de confection sur mesure. L'ambition est claire : lever les freins à l'achat de produits plus nobles - comme la moquette épaisse ou le parquet massif, pour accompagner la montée en gamme de l'offre. En déployant des services experts tels que la vitrification de parquets, le nettoyage professionnel de tapis et moquettes ou la restauration de sols anciens, l'enseigne sécurise l'investissement des clients sur le long terme, et renforce leur fidélité.

« Nous avons recentré notre modèle autour de notre expertise historique, le revêtement de sol, en faisant évoluer à la fois notre offre produits et nos services. Au-delà du modèle, ce sont surtout nos équipes qui font la différence : nos vendeurs passionnés par le produit et centrés sur la relation clients, nos 300 poseurs salariés, nos artisans partenaires experts de la pose partout en France. Notre ambition est de redevenir la référence incontestée du sol en France, en combinant la qualité et style de notre offre, l'excellence de l'exécution de nos services et la proximité humaine, pour accompagner nos clients sur toute la durée de vie de leurs produits. » Hanane Ennassiri, Directrice Générale Saint Maclou

A propos de Saint-Maclou

Fondé en 1963 à Wattrelos, Saint Maclou est l'expert du revêtement du sol et de la pose en France. Forte d'un réseau de 132 magasins et de 1 300 collaborateurs, dont 300 poseurs intégrés, l'entreprise accompagne les habitants dans leurs projets, depuis l'inspiration jusqu'à l'entretien de leurs sols.
www.saint-maclou.com

Contacts presse: Véronique Rétaux / vretaux@presse-cie.com / 06 30 07 93 35