

Leroy Merlin aposta em serviços e reformas para se manter em alta

Varejista de materiais também tem direcionado atenção para vendas a empresas e profissionais, visando a diversificação de receitas

Por **Ana Luiza Tieghi** — De São Paulo

08/07/2025 05h00 - Atualizado há 4 meses



Julien Gazier e Flávia Barros, diretores financeiro e de marketing da Leroy Merlin, preveem crescimento dos serviços — Foto: Rogério Vieira/Valor

Na busca por manter papel de destaque no varejo de material de construção, a Leroy Merlin percebeu que teria de mudar. Como afirma o diretor-financeiro da companhia no Brasil, Julien Gazier, competir “só no produto” em um momento onde há marketplaces internacionais, com facilidade para vender itens ao redor do mundo, não é o bastante.

A empresa tem investido, nos últimos cinco anos, na oferta de serviços de construção. Desde então, foram feitas 1 milhão de instalações e reformas, conta Flávia Barros, diretora de marketing da companhia no país. As instalações são mais numerosas, e passam por papel de parede, fechaduras eletrônicas e chuveiros. Agora, a companhia francesa quer reforçar a oferta de reformas de ambientes completos - sua especialidade são cozinhas e banheiros - e avançar para a casa toda.

• Dexco e fundos aumentam aposta na ABC da Construção

Já é possível reformar um apartamento inteiro com a companhia. Foi o que fez o próprio Gazier, conta, em um imóvel dos anos 1950 no Rio de Janeiro. Em teoria, a empresa também consegue fazer construções do zero, mas Barros afirma que esse é um passo futuro para o negócio, que precisa, primeiro, fortalecer sua rede de colaboradores e a tecnologia para conectar vendedores, clientes, fornecedores e prestadores de serviço.

Em 2024, foram 400 mil instalações e reformas no país, que estão disponíveis em 49 das 56 lojas da Leroy - o trabalho só não é ofertado nas lojas “express”, diz Barros. Alguns serviços também ficam disponíveis no site da varejista. “Nossa tradição é varejo, mas temos de evoluir, o mundo não é o mesmo de 40 anos atrás”, afirma Gazier.

O segmento de instalações e reformas responde, hoje, por 6% a 7% das receitas da empresa no país - o faturamento foi de R\$ 9,5 bilhões em 2024, alta de 6% -, mas o diretor vê potencial para ultrapassar 12%, que é a média da receita vinda dos serviços em outros países nos quais a Leroy atua. A empresa está presente em 11 nações. É possível alcançar essa meta em “no máximo cinco anos”, diz Barros.

• Associação questiona Helbor por contabilidade; empresa rebate

• Bioma, de edifícios-butique, mira ‘incorporação as a service’

Há uma diferença cultural que favorece o Brasil. “Em outros países, as pessoas tendem a fazer mais [instalações e reformas] elas mesmas, porque é mais difícil ter acesso a mão de obra”, afirma.

Outras redes do setor também buscam crescer esse segmento. A Telhanorte, do também francês grupo Saint-Gobain, tem o “Projete-se”, serviço oferecido em 10 lojas, com projetistas que dão “diretrizes e inspirações” aos clientes. Procurada, a companhia não participou da reportagem.

A dificuldade é conseguir manter uma rede de profissionais em todas as praças da empresa, e que tenha qualidade, já que a Leroy corre um risco reputacional ao ser representada por eles, que não são seus

funcionários. “É muito parecido com o modelo de aplicativo de mobilidade urbana”, compara a executiva. Por isso, ela afirma que “faz parte da rotina” do negócio descredenciar colaboradores.

“

É mais arriscado não inovar do que tomar o risco de abrir algumas portas”

— Julien Gazier

Mesmo com as dificuldades, Gazier entende que vale a pena. “É mais arriscado não inovar, não investir, do que tomar o risco de testar e de abrir algumas portas”.

O varejo de material de construção passou por momentos difíceis no pós-pandemia, com a venda da C&C, uma das maiores do setor, em 2023. Já houve rumores de venda da Telhanorte, mas o presidente do negócio no Brasil, Javier Gimeno, negou o movimento. Entre as empresas médias, há consolidações, como no compartilhamento comercial entre a Todimo e a Cassol Centerlar no ano passado. A **Quero-Quero**, única com capital aberto na bolsa brasileira, registrou, no primeiro trimestre, prejuízo líquido de R\$ 31,1 milhões, após terminar 2024 com lucro de R\$ 100 mil.

Para Gazier, não é “bom sinal” quando concorrentes começam a desaparecer do mercado, porque eles ajudam a manter um ecossistema do segmento, com clientes e fornecedores ativos. No entanto, podem aparecer oportunidades. “Tem mercados, hipermercados e competidores fechando”, afirma. “Olhamos o que está acontecendo e, se tiver uma super oportunidade, vamos aproveitar”.

A Leroy abriu duas lojas neste ano, em Jundiaí e Bauru, no interior de São Paulo. O crescimento do negócio tem se dado de forma “vertical e horizontal”, afirma o diretor, aliada aos novos segmentos. Além da área de instalações e reformas, a empresa tem focado no comércio com outras empresas (B2B) e para profissionais. As duas últimas áreas respondem, hoje, por 15% do faturamento.

A holding da Leroy, o grupo Adeo, tem outro negócio focado em profissionais, a Obramax, mas Gazier diz que os negócios se complementam, pois há diferenças de localização e de mix de produtos.

Os executivos afirmam que as vendas da companhia têm crescido neste ano, mas Gazier pondera que esperava um 2025 “um pouco melhor” - a empresa havia divulgado uma expectativa de crescer cerca de 5% neste ano, para R\$ 10 bilhões em faturamento.

A taxa de juros em 15% não facilita para o varejo, e mais ainda para o segmento de reformas, que pode movimentar valores mais altos: apenas os móveis planejados de uma cozinha, feitos pela empresa, que tem fornecedor próprio, podem passar dos R\$ 60 mil. O ticket médio das instalações e reformas, no entanto, é de R\$ 1,1 mil.

< Mais recente Próxima Curta >

Conheça o Valor One

Acompanhe os mercados com nossas ferramentas [ACESSAR GRATUITAMENTE](#) >

LOJAS QUERO QUERO

Mais do Valor Econômico



BCE aprova Boris Vujcic como novo vice-presidente

Presidente do banco central da Croácia irá suceder o atual vice-presidente, Luis de Guindos, da Espanha

25/02/2025, 17:04 — Em Finanças



Linha S26 da Samsung tem tela de privacidade e melhorias em câmeras

Quatro cores estão disponíveis: branco, azul, violeta e preto, além de outra duas, prata e dourado, exclusivas da loja on-line da marca

25/02/2025, 17:00 — Em Empresas



Eleitores franceses preferem barrar a ascensão da extrema esquerda ao poder do que a extrema direita