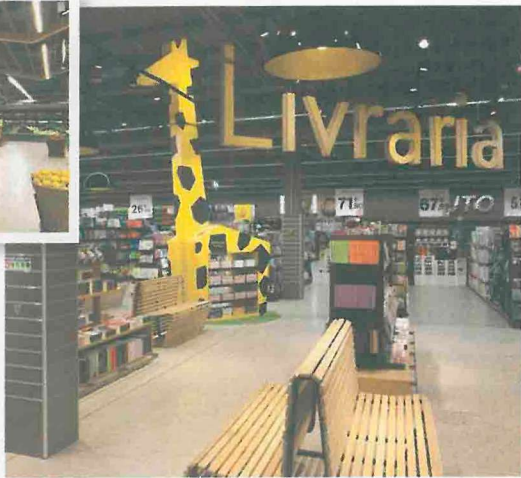
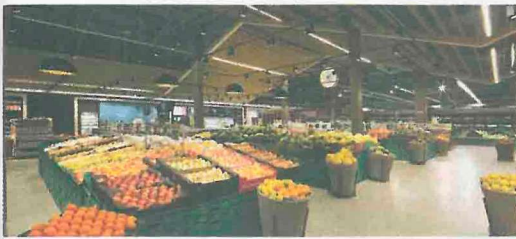


Continente revisite l'hyper

Sans « réinventer » le modèle, Sonae a imaginé un hyper du futur très inspiré des expériences de Carrefour Planet ou de Tesco Watford, avec un point restauration.



PHOTOS: DR

Dans les pays matures, les hypers sont confrontés au même défi : comment retrouver leur attractivité en offrant plus de valeur ajoutée, tout en restant mass market et volumique ? Après Carrefour avec Planet ou Tesco avec Watford, c'est le leader portugais de la distribution, Sonae, qui a livré fin 2012 à Cascais, près de Lisbonne, son hyper de demain.

Ce magasin Continente de 8700 m² cherche, comme Planet que les dirigeants de Sonae avaient visité à plusieurs reprises en 2010, à rendre les courses plus agréables, plus séduisantes, plus stimulantes. Pour cela, l'assortiment a été enrichi de « pépites à valeur ajoutée » théâtralisées : un bar à sushis au rayon frais ; un espace beauté où les clientes peuvent se faire maquiller et obtenir des conseils beauté ; un

Dans ce magasin de 8700 m², à Cascais, l'assortiment a été enrichi de « pépites à valeur ajoutée », comme ici l'espace librairie avec des bancs et des sièges à disposition.

bar dont la gestion est laissée à une marque ; un espace librairie avec bancs et sièges à disposition ; et un espace de restauration au sein du magasin. Comme on en retrouve un d'ailleurs dans le dernier Carrefour de Quartz, à Villeneuve-la-Garenne (92).

Le tout est plutôt réussi : moins radical que Planet, moins cher aussi et moins « stylisé » ; mais davantage cohérent et plus ambiteux que Tesco Watford. Finalement, le concept imaginé, puis abandonné par Carrefour, continue d'inspirer les meilleurs retailers mondiaux. ■



Retrouvez chaque semaine sur lsa.fr, en partenariat avec Dia-Mart, un concept étranger innovant