



Encaissement

Parce que chaque produit est doté d'une étiquette RFID, il est détecté automatiquement en caisses. Plus besoin de scanner chaque article. Les clients peuvent, dès réception de leurs produits, déposer leur sac et payer directement.

Faire sortir la lingerie de sa capsule. Ce parti pris assumé par la filiale du groupe Etam, depuis 2007, avec des collections aux imprimés funs et colorés, se traduit désormais dans son concept store de Toulouse. En faisant face à une contrainte d'espace de vente, l'enseigne réinvente l'achat en magasin. Cette révolution repose sur la solution Cataleeze de la société Improveeze. "Sur 45 m², nous ne pouvions pas exposer la totalité de notre offre.

Nous avons donc relié le magasin à la réserve, située en sous-sol, à travers un système de tubes pneumatiques qui existe depuis les années 1800. Nous avons donc utilisé une technique vintage en la connectant à une nouvelle technologie", schématise Sébastien Bismuth, le directeur général d'Undiz. Concrètement, le client commande ses produits sur une borne interactive depuis laquelle il peut naviguer dans tout le stock. À la manière d'un site de e-commerce, il n'a plus

qu'à ajouter les articles dans son panier. "Ici, en l'occurrence il s'agit d'une capsule. Et une fois qu'il a finalisé ses achats, il inscrit son nom ou son prénom, puis la capsule aéropropulsée arrive dans les 2 à 3 minutes par un tuyau situé à côté de la borne", décrit Maxence Dislaire CEO d'Improveeze. Un acte simple, autonome et personnalisé. Mise en place le 30 janvier dernier, cette initiative est un succès: une vente sur deux est effectuée en direct sur les écrans tactiles. Si l'enseigne

ne communique aucun résultat, cette solution a permis de générer du trafic en magasin. "Le coût de l'installation de Cataleeze n'est pas élevé par rapport au ROI réalisé", précise Maxence Dislaire. Effet nouveauté? L'intérêt des clients pousse Undiz Machine à dupliquer son concept pour s'implanter dans les meilleurs emplacements des rues commerçantes en centres-villes. Avec des évolutions technologiques déjà dans les tuyaux.



UNDIZ MACHINE

Le fast-food de la lingerie

Gain de temps. Accessibilité aux stocks. Autonomie. La commande sur des bornes digitales et la livraison des articles via des capsules aéropropulsées, sont les atouts innovants du concept Undiz Machine. Une expérience d'achat ludique, aux frontières du futurisme.

PAR AURÉLIE LALANNE



Au cœur des villes

Sans cette solution, Undiz n'aurait pas pu ouvrir son magasin dans la rue d'Alsace-Lorraine, à Toulouse, sur une surface de 45 m², alors que la superficie d'un magasin de l'enseigne se situe entre 100 et 150 m². "L'avantage de Cataleeze est de permettre aux enseignes de viser les meilleurs emplacements, de baisser leurs charges en termes de loyers et de baux commerciaux", rappelle Maxence Dislaire, le CEO de Improveeze.



Atmosphère

Exit l'ambiance boudoir. Undiz milite pour une consommation de la lingerie décomplexée avec des magasins ouverts, des couleurs tape à l'œil et des sacs plastiques transparents. La couleur corail utilisée dans la boutique allie douceur et dynamisme pour renforcer l'énergie technologique du concept. L'éclairage géométrique avec la théâtralisation des tuyaux, dès la vitrine, procure un effet de mouvement depuis la rue piétonne. "Casser les codes est dans l'ADN de notre enseigne. Cette nouvelle architecture s'inscrit dans la continuité de notre positionnement", affirme son directeur général.



Découverte

Accompagner le client, expliquer le fonctionnement et initier à cette nouvelle façon d'acheter de la lingerie en magasin. Ce sont les missions des vendeurs. "Internet a appris aux individus à acheter depuis des écrans. Chez Undiz Machine, ils ont la livraison du produit, sans obligation d'achat. Nous gommons la frustration que les internautes peuvent avoir d'un site de e-commerce en leur procurant le produit immédiatement", assure Sébastien Bismuth.

Indépendance

La commande et la réception des produits se font en toute autonomie. Il n'y a pas de cabine d'essayage en magasin, mais le client peut ouvrir la capsule pour regarder l'article. Et s'il ne lui plaît pas, il n'a plus qu'à le déposer dans un renforcement, situé à côté des bornes. Le produit glisse jusqu'à la réserve puis est rangé par les "stock runners". "Nous sommes surpris par la réaction des clients qui qualifient cet outil digital de pratique, car il n'y a pas besoin de fouiller dans tout le magasin pour trouver sa taille. Nous étudions la duplication du concept avec des améliorations sur l'interface, la présentation des produits et les multiples modes d'interaction possibles entre le client et l'écran. Et pourquoi pas, à terme, un système de click & capsule", imagine le directeur général.

