

Les chariots dopés par la proximité

Les fabricants travaillent sur des produits maniables qui peuvent se faufiler facilement dans les rayonnages étroits. Le tout en maximisant la contenance pour développer le panier moyen.

Le chariot devient plus compact, alors que le panier prend de l'ampleur. Voici la grande tendance du moment sur le marché du chariot. Du côté des hypermarchés et des gros supermarchés, il s'agit d'un classique renouvellement de parc, bien souvent avec des produits en plastique, plus léger et plus maniable pour le consommateur. Du côté des petites surfaces, le secteur se révèle davantage dynamique. Le boum de la proximité a stimulé les fabricants de chariots qui sortent des nouveautés pour répondre à un cahier des charges simple : un produit maniable et compact, mais avec une contenance importante, pouvant notamment gérer les packs de lait et d'eau.

Conçu pour le premium

En effet, Carrefour City ou encore Franprix proposent la livraison à domicile, parfois gratuitement à partir d'un certain montant, ce qui permet de faire grimper le panier moyen. Il faut donc que les conteneurs des chariots suivent pour ne pas freiner le consommateur dans ses achats... «Le magasin de proximité connaît une montée en puissance, certifie Vincent Lefer, directeur général de Wanzl. Délaié depuis des années, ce format voit émerger de nouveaux concepts souvent premium. C'est pour ces magasins urbains que nous avons créé une gamme complète, avec Tango City, GT 40 ou GT 26 et, depuis

Trois exemples d'innovations de chariots



1 MAXY TYKO DE PLASTIMARK
L'ajout de crochet permet d'attacher un panier de 20 litres supplémentaires aux 65 litres initiaux.



2 WIIGO DE FOLLOW INSPIRATION
Le chariot, en test, reconnaît le client à l'aide d'une caméra, et il le suivra pendant ses courses.



3 LOOP D'ARAVEN
Ce chariot se manipule de tous les côtés, avec un seuil de chargement haut.

septembre, Salsa.» Ce dernier a été pensé pour servir aux emplettes quotidiennes dans les magasins de proximité ou aux courses hebdomadaires au supermarché avec une contenance de 150 litres. En plastique, son design a été soigné, car «le chariot entre pleinement dans le concept des enseignes», précise le fabricant.

De plus, «il est souvent le premier contact avec l'enseigne», précise Antonio Lasheras, responsable des ventes EMEA d'Araven. S'il est sale ou ne fonctionne pas bien, cela entraîne une mauvaise expérience d'achat. Nous investissons chaque année dans de nouveaux produits, pour améliorer le confort du consommateur.»

Ainsi, le chariot Loop, présent chez Franprix et Carrefour City, a nécessité deux ans de recherche et développement. Ce produit, dédié aux magasins de proximité, peut se manipuler de tous les côtés. En Espagne, le chariot Loop aurait permis d'augmenter le ticket de 14 %. Et le ticket monte de 18 % entre un panier à roulettes versus un panier à main.

À la juste taille

Pour François Alarcon, chargé de mission au sein de Franprix : «Nous avons sélectionné ce chariot pour sa capacité, de 100 litres, sa taille, son poids et sa mobilité. Il est facile à utiliser pour les clients, mais également pour le personnel du magasin

en matière de stockage, de déplacement pour le rangement, etc. Et il est important d'avoir un modèle qui puisse répondre à tous les besoins de nos clients, à savoir les gros paniers ou les petites courses de dépannages, sans pour autant donner l'impression d'être sur ou sous-dimensionné.»

Dans la famille des paniers, Plastimark présentait, d'ailleurs, sur le salon Paris Retail Week, en septembre dernier, un panier à quatre roulettes de 55 litres sur lequel peut s'ajouter un petit panier de 20 litres. Pour le fabricant, «l'enjeu est double avec le Maxy Tyko. Il permet d'augmenter la capacité globale, tout en ajoutant du confort avec un espace pour les produits fra-

giles, ou qui évite de se baisser pour les petites courses. Il est également entièrement personnalisable et fonctionne sur quatre roues, on peut le pousser ou le tirer».

L'engin du futur

Lors de la dernière convention d'ITM, les adhérents ont pu découvrir WiiGo, un chariot nouvelle génération qui suit le client. Développé par l'entreprise portugaise Follow inspiration, il s'appuie sur des caméras pour reconnaître le consommateur et se déplacer dans le magasin. Il faut appuyer sur le bouton start pour commencer. En deux à trois secondes, le dispositif scanne le client via sa caméra pour une reconnaissance d'image de l'utilisateur. Le chariot le suivra ensuite dans les allées, qui doivent au moins mesurer 90 cm de large, soit la taille d'un fauteuil roulant. Il se déplace à une vitesse bridée à 4 km/h, et le client doit rester à moins de 1,5 mètre pour conserver la connexion. Au-delà, le chariot s'arrête et émet un bip sonore. Il stoppe aussi s'il détecte des obstacles.

Selon les tests menés par le fabricant, l'autonomie du produit est de quatre heures à quatre heures trente avec un panier de courses de 20 kg, sachant que le dispositif peut porter de 30 à 40 kg. Côté tarif, Ricardo Silva, directeur marketing de Follow Inspiration, reste discret, précisant que le WiiGo en est au stade de prototype, mais le cycle de production industriel est déjà prévu, permettant de faire baisser la facture de 30 à 40 %.

CLOTILDE CHENEVOY