



CHARIOTS ET PANIERS

PLUS QUE DES ACCESSOIRES!

Parce que personne n'imagine faire ses courses sans chariot ou panier, ces derniers font l'objet de toutes les attentions des distributeurs. Plus que des accessoires, ils accompagnent le chaland dans ses déplacements et lui procurent des services de plus en plus personnalisés et inédits. **PAR SYLVIE DRUART**

J'ai coutume de dire que c'est le chariot, mis à disposition d'un client, qui transporte le chiffre d'affaires du magasin", annonce Pascal Esposito, directeur commercial de Caddie. "Un client satisfait ne va pas penser au chariot", poursuit-il. Le chariot peut être esthétique, aux couleurs de l'enseigne, en fil ou en plastique, mais, surtout, doit se faire oublier entre les mains du client. Tout le monde a, en effet, un jour "roulé" avec un chariot fonctionnant mal, sale ou bruyant et s'en est agacé... Une mauvaise expérience qui marque. "Le chariot est un des premiers contacts avec le magasin, avec le parking et l'abri chariot. Si le client n'en est pas content, il va le faire savoir", appuie Didier Lefevre, directeur commercial chez Marsanz. L'enjeu pour les distributeurs s'avère donc des plus importants : proposer à leurs clients des chariots fonctionnant correctement et de bonne qualité, pour un parcours d'achat fluide. Un chariot qui peut même devenir un outil de fidélisation... "Nombreuses sont les enquêtes qui ont montré qu'un client insatisfait de son moyen de manutention est tenté de changer de lieu pour faire ses courses", continue Pascal Esposito. Beaucoup d'enseignes l'ont compris, même si une minorité estime qu'il est un élément négligeable qui doit faire le travail et coûter le moins cher possible. Certains parcs s'en trouvent ainsi vieillissants avec des chariots dont la durée de vie habituelle de 7 ou 8 ans, est largement prolongée...

Même enjeux sur les paniers, même si le marché est plus discrétionnaire et que le produit sert finalement d'appoint. "Malgré tout, ce n'est pas un marché à négliger pour la simple et bonne raison que les magasins

se rendent compte que les gens font désormais leurs courses plus fréquemment et non plus pour la semaine ou les 10 jours qui viennent avec de gros chariots très remplis, aussi pour des raisons budgétaires", observe Pascal Esposito de Caddie. Dans ce cas, le panier est plus approprié. Ce qui n'échappe pas aux constructeurs de chariots et de paniers qui ont décliné leurs produits chariots et paniers en gammes très larges, proposant de multiples litrages, adaptés aux différents formats de magasins. Pour sa part, le panier à main est ainsi passé sur roulettes et sur support permettant de placer deux paniers. De plus, "le

panier ne doit pas être seulement un produit pour les achats, il appartient à la décoration du magasin, ce qui est très important pour la satisfaction du client", intervient Antonio Lasheras, Senior Area Manager Emea chez Araven. Par ailleurs, le panier n'est pas sans incidence sur les achats, car selon le constructeur et une étude Nielsen, plus le panier proposé est grand, plus il incite à l'achat. Ainsi, le nombre de produits achetés avec un panier standard est de 8,5, pour un ticket de vente moyen de 18,30 euros et une durée de courses de 16,9 minutes. Avec le panier Shop & Roll d'Araven de 34 litres, ces chiffres →

Tendance Des chariots et des sacs

À l'instar du Mobi (projet Carrefour avec Wanzl), le chariot se mute aujourd'hui en porte-sacs de courses. Une tendance qui doit répondre, pour Caddie, au développement du self scanning. "Nous pensons qu'il faut développer des moyens de manutention qui vont permettre au client de ne plus vider les chariots", confirme Pascal Esposito, directeur commercial, qui a développé une structure spécifique dédiée accueillant tous les formats de sacs du client, la gamme Wind. Parallèlement, Trolley Bags a également planché sur la question. La société propose, ainsi, 4 sacs réutilisables et durables pour les courses en grande surface. Ces derniers se tiennent droits et ouverts dans le chariot et permettent un tri et une manutention rapide des articles. Ils s'assemblent et se séparent via des bandes velcro et s'adaptent à tous les chariots au moyen de barres latérales. Enfin, les Trolley Bags sont constitués de polypropylène non tissé, soit 80 % de matières recyclables. Ils supportent une charge de 15 kg et s'accompagnent du Cool Bag, un sac isotherme conçu sur le même principe.

Le chariot porte-sacs de Caddie.



Les sacs de courses Trolley Bags pour plus d'efficacité.



→ passent à 10,5 articles, 21,60 euros et 19 minutes dans le magasin (+11 %), soit des ventes supplémentaires estimées à 18 %.

PLASTIQUE VS FIL

"Le marché compte peu d'ouvertures de magasin et la tendance se fait donc sur le renouvellement", débute Jean-Marc Talvat, directeur commercial de Wanzl. Un renouvellement qui penche maintenant nettement vers le plastique. "La France est l'un des premiers marchés à être extrêmement sensible au plastique. Ce sont nos confrères allemands qui ont créé à l'origine le chariot plastique mais, à l'époque, les techniques d'injection du plastique n'étaient pas les mêmes qu'aujourd'hui. Les chariots étaient donc plus fragiles et moins fiables, ce que pallient aujourd'hui les technologies d'injection modernes qui conçoivent, maintenant, des produits extrêmement sophistiqués, résistants et élégants", confie Pascal Esposito de Caddie. Si le chariot en métal (fil) représente encore la part la plus importante du marché, le plastique gagne du terrain, effet de mode ou non ? Le match fil contre plastique aura-t-il un vainqueur ? Chacun des protagonistes présente des avantages et des inconvénients.

Premier point, le plastique est plus léger par nature qu'une maille en fil, même si "de très gros progrès ont été opérés sur les chariots en fil dont le poids maintenant à volume équivalent est assez similaire. Au final, il n'existe plus de grosses différences entre un chariot en plastique et en fil. Ce sont des nouveautés qui arrivent sur le marché, des chariots en fil plus légers et plus maniables", indique Pascal Esposito.

Deuxième point, le chariot plastique est une question de tendance : il est considéré comme un peu plus moderne dans l'esprit des gens. "Les gens trouvent que le plastique change du chariot fil qui existe depuis 20, 30 ou 40 ans dans les magasins. Cet aspect nouveauté, neuf, moderne et design, séduit pas mal d'enseignes", constate-t-il. En termes de couleur, les possibilités sont infinies en plastique comme en fil. Certains distributeurs osent parfois la couleur, mais en totale cohérence avec les codes de l'enseigne.

Troisième point, le déplacement se fera plus silencieux grâce à un →

Chariot connecté Les LED mènent la danse

Après Mobi, qui devrait équiper prochainement une grande surface parisienne, Carrefour continue de plancher sur le sujet. L'enseigne expérimente un chariot connecté dans la foulée du lancement de l'application Promo C-Où, un système de géolocalisation en intérieur lancé par Philips Lighting, basé sur la lumière LED, et dont le but est de repérer les promotions. Dans le détail, le système global fonctionne comme un GPS dont la précision est inférieure à un mètre. Précisons que depuis mai 2015, l'application Promo C-Où, développée par Médiaperformances, a été téléchargée plus de 4000 fois. Il fallait, ainsi, un support à Promo C-Où, c'est maintenant chose faite avec son chariot connecté qui embarque une tablette tactile équipée de l'application, fixée sur la barre de poussée. Un hypermarché de Lille, Euralille, est actuellement en test. Il offre aujourd'hui à ses clients quatre services :

- ▶ visualiser les promotions et les bons de réduction en un clin d'œil puisque le catalogue virtuel est disponible sur la tablette. Les marques peuvent, également, participer au programme en incluant des spots ou des

informations sur leurs produits et leurs nouveautés ;

- ▶ accéder à une recherche simplifiée de produits via la géolocalisation qui localise le client à tout moment de son parcours et le dirige à l'endroit qu'il souhaite ;

- ▶ interagir avec le magasin : le consommateur peut, ainsi, indiquer ses préférences et en avertir l'enseigne.

- ▶ digitaliser la liste de courses afin de ne rien oublier...

Dans le détail technique, le chariot connecté fonctionne via la technologie LED utilisée dans l'application Promo C-Où. Il se base donc sur la lumière, la caméra frontale des tablettes et le système 100 % LED des points de vente. L'information est ainsi transmise par la lumière LED, laquelle permet de se géolocaliser, de s'orienter et d'identifier les produits ou les rayons à fréquenter. La technologie LED fournit par ailleurs des économies d'énergie estimées à 50 %. Dans un premier temps, 30 tablettes à retirer à l'accueil du magasin seront allouées à ce test. L'enjeu pour le distributeur est de rendre les courses plus efficaces et plus rapides, mais également plus pratiques et plus ludiques.



Le chariot connecté de Carrefour fonctionne en technologie LED connectée.



Le chariot Shop&Roll d'Araven est équipé d'une anse périmétrale.

→ fonctionnement impeccable des roues avec un chariot plastique.

Quatrième point, le recyclage. "Les enseignes comme les clients croient que le chariot plastique est "éco friendly" et que d'un point de vue environnemental, c'est préférable. C'est une idée préconçue. Il n'y a rien de plus recyclable que l'acier qui est, d'ailleurs, recyclable à l'infini, au contraire du plastique", prévient-il. Par ailleurs, un marché de deuxième main se développe chez certaines enseignes dont les possibilités d'investissement peuvent être restreintes. Il répond ainsi à la question de la reprise des anciens chariots, généralement posée lors d'un renouvellement ou un achat de matériels.

Cinquième point, la durabilité. Le fil se trouve être très résistant, le plastique plus fragile et moins rigide. "Les chariots plastique vont nécessiter dans le temps un peu plus de maintenance qu'un chariot en fil pour la simple et bonne raison que vous avez des pièces en plastique qui vont casser et nécessiter un remplacement", reconnaît-il.

Sixième point, la salissure est plus visible sur le plastique que sur le métal qui laisse davantage passer la poussière. Mais, au fil du temps, le plastique a su s'adapter : certaines corbeilles composites sont, aujourd'hui, constituées en plastique hygiénique résistant durablement aux acides, aux solutions alcalines, aux produits d'entretien, mais aussi aux agressions

extérieures telles que les rayons UV, le gel, la neige et l'air salin.

Septième point, le prix. "Le chariot plastique est 25 ou 35 % plus cher qu'un chariot fil à équipement équivalent. Ce sont des produits qui nécessitent un peu plus de maintenance et d'entretien, en plus du nettoyage", explique Pascal Esposito.

LE MEILLEUR DES DEUX MONDES

Au final, un consensus a été trouvé auprès de l'hybride qui, selon les constructeurs, réunit les avantages du plastique et du fil avec, généralement, un panier plastique et un socle en métal. Wanzl a, lui, fait le choix d'un fond et d'un siège enfant en métal. Le chariot hybride a été propulsé il y a quelques années sur

Hybride : les avantages du plastique et du fil

le marché par les Carrefour Planète dont le concept a été abandonné quelque temps après. À ce moment-là, tous les constructeurs ont voulu se mettre à la page, parfois avec des décalages dans le temps. "Ainsi, chez Marsanz, 86 à 90 % de nos ventes actuelles sont des hybrides",



Les paniers ne se cachent plus, Plastimark ose la couleur.

intervient son directeur commercial. "Nous vendons actuellement 70 % de nos chariots tango (hybrides) contre 30 % de chariots fils. Alors que l'année dernière, nous étions plutôt sur une tendance 50-50", note de son côté Jean-Marc Talvat, directeur commercial de Wanzl. Dernier point, le chariot hybride ou plastique est compatible RFID et EAS (système anti-vol), une possibilité non offerte par les chariots totalement fils.

EN OPTION

Afin de répondre au mieux aux attentes de leurs clients, les chariots se parent de toutes sortes d'accessoires pratiques, ergonomiques et marketing. Rien ne semble être laissé au hasard. "Toutes les options qui nous sont demandées sont réfléchies et intégrées dans la mesure du possible", explique Laurent Brulinski, dirigeant de Plastimark. Les principales portent sur le porte-scannette pour le self scanning, le support pack d'eau "qui n'est quasiment plus une option dans les hypermarchés, le séparateur de produits sensibles à l'avant du chariot...", ajoute-t-il.

Moins fréquente : la poignée ergonomique qui permet de diffuser des informations telles que le plan de l'établissement ou les promotions thématiques du moment. "Il est possible de rythmer l'année avec ces changements d'affichage. Une demande des distributeurs, surtout dans le cas d'ouverture de magasins", développe Laurent Brulinski. De son côté, Wanzl pense au confort des utilisateurs et équipe ses matériels de grandes poignées pour une meilleure prise en main. "Des supports scanners sont intégrés dans la poignée ainsi que des supports gobelets. Le chariot est équipé d'une poignée ergonomique, il est donc plus maniable", confirme Didier Lefevre, directeur commercial chez Marsanz. Chez Araven, "l'anse périmétrale permet de saisir le chariot de tous côtés (voir photo), pour plus de praticité, de maniabilité et d'accessibilité", indique Antonio Lasher. Ce dernier a conçu son chariot en séparant les pattes de la base, ce qui permet un passage sans obstacle. De par sa hauteur et ses dimensions, il s'adapte à la ligne de caisse et facilite la décharge pour l'utilisateur. Le chariot Wanzl, quant à lui, est équipé



La loupe des chariots Wanzl peut s'avérer d'une grande utilité!

d'origine avec une pince pour fixer la liste des courses. Autre point : pour plus d'espace, le volet-bébé se transforme d'un simple geste en petit panier pour les articles délicats. "Nous fournissons un accessoire de plus en plus tendance : une loupe. Aujourd'hui, de nombreuses personnes sont allergiques à de nombreux aliments. Or, les ingrédients allergènes sont indiqués sur les emballages en tout petits caractères. La loupe peut ainsi être d'une grande aide", justifie Jean-Marc Talvat.

EN TOTALE CONNEXION

"Nous recevons beaucoup de demandes concernant l'électronique embarquée. La tendance va vers l'équipement des chariots en tablettes ou mobiles qui travaillent sur la base de Wifi", commence Pascal Esposito de Caddie. Le but est de pousser des messages d'informations ou relatifs à des promotions à un instant t et en fonction de la localisation du client dans le magasin. Parallèlement, la possibilité d'un chariot rempli d'articles pucés RFID franchissant un tunnel de scanning fait son chemin. "Technologiquement, cela n'est pas maîtrisé. Le problème est

Chariot : tendances vers l'électronique embarquée

d'identifier en RFID chacun des articles pris en rayon. Imaginez apposer une puce sur trois tomates ! Il y a donc des choses à régler avant d'y parvenir, mais cela sera demain un standard", poursuit-il. Sur ce plan, le chariot lui-même équipé d'une puce RFID présente un certain nombre d'avantages, notamment au niveau de sa traçabilité et du parcours client en magasin. "Aujourd'hui nous sommes prêts à mettre cette technologie en point de vente, mais cela reste une histoire de coûts pour les magasins", regrette Didier Lefevre de

RFID ET EAS



le chariot hybride ou plastique est compatible RFID et EAS contrairement au fil

© ifilking - fonbia

Marsanz. Au final, le chariot est intéressant, techniquement parlant, car il accompagne le client tout au long de son trajet grâce à ses possibilités de communication mais, également, en tant que support de personnes puisqu'il est en mesure d'intégrer les spécificités de chacun : personnes âgées, de petite taille, accompagnées d'enfants... Sur ce point, des chariots spécifiques sont étudiés et mis en magasin : c'est le cas de Ben's cart, un chariot pour les enfants présentant un handicap proposé par Wanzl et comportant un siège à l'avant pour une grande surface d'assise jusqu'à 35 kg. Jusque-là utilisé en Allemagne, en Autriche et en Suisse, il pourrait faire des émules en France... ■



Un chariot spécifique signé Wanzl