

Le dernier-né des Monoprix, inauguré en grande pompe par leur président, Régis Schultz, rassemble au centre de Paris tous les services digitaux de l'enseigne, du click & collect express aux solutions pour géolocaliser les produits ou éviter l'attente en caisse.

Monoprix Les Halles, un concentré d'omnicanalité

2760 m²

de surface de vente, dont 1400 m² dédiés à la mode avec de nouvelles collections en magasin tous les quinze jours

2 espaces créés

pour s'asseoir et se restaurer, et 2 terrasses qui proposent 80 places

130 salariés

30% des livraisons sont effectuées à pied, quand la clientèle vit à moins de 500 mètres

90% de l'offre pâtisserie est concoctée sur place

Source: Monoprix

Portes closes. Ce 11 octobre en fin d'après-midi, le Monoprix du Forum des Halles, en plein cœur de Paris, a suscité quelques déceptions. Nombreux sont les badauds à se heurter à des portes fermées. Plutôt curieux, pour ce magasin qui ouvre tous les jours de 8 heures à 22 heures (20 heures le dimanche) depuis le 26 juillet. La raison? Le lieu se fait une beauté pour son inauguration officielle. Quelques minutes avant l'événement, Régis Schultz, président de l'enseigne, détaille, tout sourire et smartphone à la main, les spécificités de ce point de vente, symbole de la stratégie de Monoprix. « *C'est le dernier Monoprix. Il bénéficie donc de tous nos services en matière d'omnicanalité. Notre clientèle est prête à se les approprier* », assure-t-il d'emblée.

Sa démonstration démarre avec l'application Monop'Easy, installée la veille pour l'offre de sandwichs et de boulangerie, et déjà en place dans le Monop' situé près de la place de la Madeleine, à Paris. Le principe? Le client scanne le code-barres du produit et finalise le paiement sur son smartphone avec les coordonnées d'une carte bancaire enregistrée. « *Cette application est légitime dans les petites surfaces et met fin à l'irritation principale des consommateurs : l'attente en caisse* », souligne le patron de l'enseigne. Cette possibilité sera étendue à tous les Monop' sur le premier semestre 2018.

Toutes les technologies déployées dans ou en dehors du magasin convergent vers un même point : gagner du temps. Le click & collect permet ainsi de retirer ses courses alimentaires entre une à trois heures après la commande. La réservation et la récupération d'articles de mode se font, quant à elles, en deux heures. En magasin, les clients connectés peuvent géolocaliser les produits à l'aide de leur mobile pour les trouver plus rapidement.

Raccourcir la durée des courses

La livraison, un des points forts de l'enseigne, s'effectue en une heure et sans véhicule quand le client se situe à moins de 500 mètres. « *Ici, aux Halles, 30 % des livraisons se font à pied* », avance Franck Lacroix, le directeur du magasin, qui a sous sa responsabilité 130 salariés en équivalent temps plein. « *Nous réalisons 3 millions de livraisons par an. Des magasins enregistrent jusqu'à 20 % de leur chiffre d'affaires via ce service* », complète Régis Schultz.

En plus de ces outils pour raccourcir la durée des courses, Monoprix met l'accent sur l'alimentaire premium : une offre de produits préparés sur place, un espace boulangerie, certains sandwichs assemblés à la minute, des partenariats avec des acteurs de la restauration comme Sushi Corner... Les clients sont ici invités à passer du temps pour déguster ces mets : deux espaces de restauration soignés et deux terrasses les attendent pour consommer sur place. ■ **JULIE DELVALLÉE**



AU CARREFOUR DES FLUX

Le petit dernier des Monoprix bénéficie d'un emplacement de choix, en plein cœur du Forum des Halles, à Paris. Idéal pour capter une clientèle de flux nombreuse et des Parisiens à fort pouvoir d'achat.

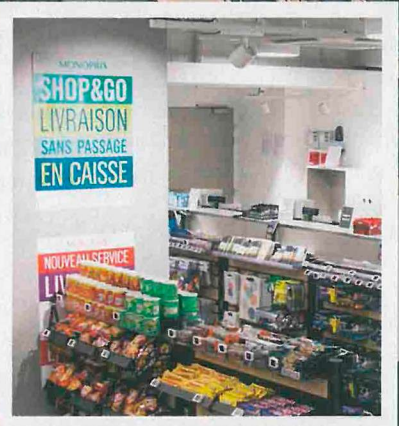


PAS DE CAISSE POUR LA BOULANGERIE

L'application Monop'Easy évite le passage en caisse pour l'offre de boulangerie et les sandwiches. Le client scanne le code-barres du produit, qui s'affiche dans l'application, et finalise le paiement via son smartphone.

LIVRÉS À DOMICILE ET À PIED!

Les clients situés à moins de 500 mètres du magasin peuvent se faire livrer leurs courses alimentaires gratuitement, et à pied! 30% des livraisons seraient ainsi piétonnées selon le directeur du magasin.



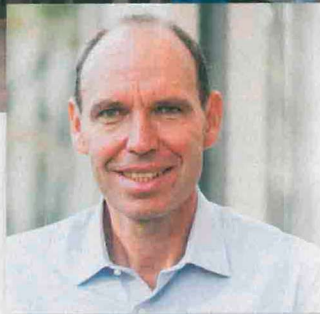
POINTS CHAUDS

Deux espaces de restauration ponctuent le début du parcours clients. Les recettes cuisinées sur place ont d'abord été testées dans les Cantine Monop'Daily. Monoprix Les Halles a également signé des partenariats, avec Sushi Corner notamment. À noter aussi un espace café, le Tout Bio.



DES PRODUITS GÉOLOCALISÉS

Pour vite trouver une référence, le client peut se connecter à son mobile et indiquer le produit désiré sur l'appli Monoprix. Un plan et un itinéraire apparaissent alors sur son écran pour l'orienter.



« Nous avons voulu présenter un magasin qui maximise le plaisir des courses et minimise les contraintes. C'est de cet impératif que sont nées les solutions omnicanales déployées ici. »

Régis Schultz, président de Monoprix

PHOTOS : MONOPRIX / JULIE DELVALLEE