

Avec Auchan Minute, plus besoin de personnel en magasin

Ce petit container de quelques mètres carrés est déployé en Chine pour des achats du quotidien. Tout y est 100 % automatisé, et passe par l'usage du mobile pour s'identifier et payer.

De l'extérieur, Auchan Minute est un minicontainer vitré ouvert 24 heures sur 24. Ce petit magasin de 6 x 3 mètres, uniquement déployé en Chine pour le moment, est l'équivalent d'un point de vente sans personnel qui fait penser à un distributeur automatique géant. Pour y entrer, prière de débloquent la porte grâce à son mobile via les applications Wechat Pay ou AliPay, extrêmement répandues dans le pays. À l'intérieur, le client découvrira 500 produits couvrant 300 besoins, soit un peu plus qu'un magasin de proximité : produits frais, produits pour des besoins immédiats d'impulsion en alimentaire et non alimentaire (boissons, snacking, fruits). Le fonctionnement est simple puisqu'il suffit de scanner les achats en caisse soi-même (une première version fonctionnait sur le principe de l'étiquetage RFID, abandonné depuis, car trop contraignant). Pour le paiement, tout passe une nouvelle fois par Wechat Pay ou AliPay, avec un QR code à flasher.

TECHNO MAIS PAS TROP

Après avoir essuyé les plâtres avec un premier test du nom d'Auchan Box, Auchan Minute a ensuite été développé en deux mois avec le groupe chinois Hisense. Et depuis le début novembre, les implantations se multiplient. Fin janvier, 130 Auchan Minute étaient en service, et 200 étaient espérés pour le nouvel an chinois, le 16 février. Pour Stéphane Joly, vice-président



INCONTOURNABLE MOBILE

Toute l'expérience d'Auchan Minute repose sur l'utilisation du mobile, qui sert à ouvrir la porte du magasin.

AUTONOMIE

Le client fait son choix, scanne les achats lui-même et les paye avec son portable.

LES IDÉES À RETENIR



- Un concept **facile à installer partout** et à dupliquer compte tenu de sa taille et de son prix.
- Un **magasin ouvert 24 h/24**, sans personnel.
- Une **cible différente des hypermarchés** (la spécialité d'Auchan) pour les achats convenance et de dépannage.



PHOTOS : AUCHAN

d'Altavia Asie, « le concept a beaucoup d'intérêt, car son retour sur investissement est rapide. Une boutique doit nécessiter une enveloppe d'environ 20 000 €, puis un chiffre d'affaires minimal de 100 € par jour. Quant au réassort, il est facilité par les implantations proches des hypers. On peut même imaginer que l'enseigne se mette à faire des boutiques thématiques, pour les MDD par exemple ».

Très innovant, ce magasin techno mais pas trop pourrait-il débarquer en France ? Pour

exporter un tel concept, il faudrait tout d'abord bénéficier d'un écosystème de paiement par mobile. Jean-François Cherrid, directeur des concepts commerciaux et de la marque d'Auchan Retail Chine, explique : « Prévoir un développement pour respecter les législations, et, surtout, gérer la démarque inconnue. En Chine, ce n'est pas un sujet, les Chinois étant très respectueux. Il est vrai que les sanctions en cas d'infraction sont lourdes. » ●

MORGAN LECLERC