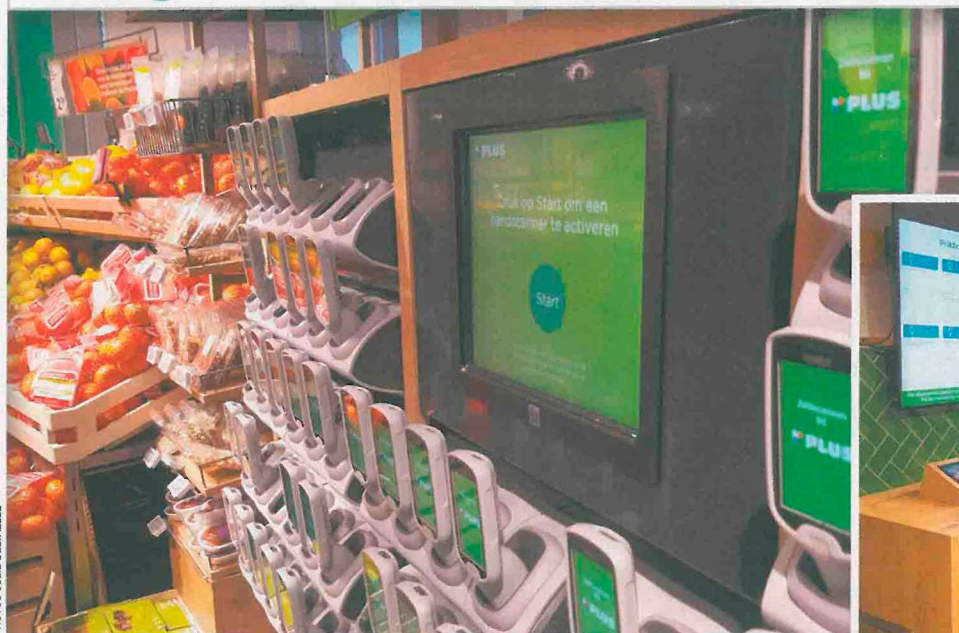


PHOTOS JULIE DELVALLÉE



▲ **LE PLEIN DE DOUCHETTES**
Dès l'entrée du supermarché, le self-scanning est vanté. Cinq caisses sur dix sont dédiées aux douchettes!



▲ **ESPACE DÉTENTE**
Des tablettes sont à disposition des clients pour qu'ils partagent recettes et petites annonces. Et le café est offert!

Chez Plus Retail, plus de digital pour mieux servir l'alimentaire

Le nouveau concept du groupe coopératif néerlandais valorise mieux le frais grâce aux armes numériques: application, douchettes, etc.

130
salariés
(dont beaucoup à temps partiel)

1 500
mètres carrés

10
caisses dont la moitié pour le self-scanning
Source: Plus Retail

A l'ombre des Albert Heijn et autre Jumbo, se trouve aussi, aux Pays-Bas, un groupe de magasins coopératif, Plus Retail. En 2017, un nouveau concept a été proposé aux adhérents. Celui d'Abcoude, commune au sud d'Amsterdam, a été l'un des premiers parmi les 260 magasins à l'adopter.

En pénétrant dans ce supermarché de 1 500 m², une impression de douceur règne. «*Nous avons beaucoup travaillé sur la lumière naturelle, confirme Sander Koot, le directeur du magasin. Nous avons privilégié les larges ouvertures vitrées pour gagner en transparence et traduire notre message de naturalité, avec du mobilier clair et en bois.*» Comme souvent aux Pays-Bas, on entre par l'espace dédié aux

fleurs avant d'arriver sur une vaste zone de produits frais, où les métiers sont davantage mis en avant (meubles bas ou vitrés). Au fond, un espace détente équipé de mange-debout, avec du café offert, invite les clients à s'arrêter un moment. Des tablettes sont ici à leur disposition sur lesquelles ils peuvent lire l'actualité du magasin et voir les messages déposés par les clients pour partager des idées recettes ou des annonces.

Bons retours des clients

Le digital, c'est la colonne vertébrale de cette rénovation. Cette transformation s'opère dès l'amont de la visite, grâce à une application mobile. Les clients peuvent voir les promotions en cours dans leur point de vente. Des recettes avec lesdits produits sont disponibles, si le client en sélectionne une, elle se convertit alors en liste de courses virtuelle. À l'entrée du magasin, le

self-scanning est vanté, les douchettes disposent de cinq caisses dédiées sur la dizaine présente. Le magasin est relié à StoreMade, équipement développé par Toshiba avec Pricer, qui comprend l'affichage digital des prix. «*Cette solution permet une plus grande souplesse dans l'exécution, puisque le directeur du magasin peut lancer une promotion si besoin et l'appliquer en quelques minutes*», avance Peter Doldersum, product manager de la division retail de Toshiba.

Le personnel bénéficie de cette avancée numérique car de nombreux modules d'e-learning ont été développés pour les bouchers et les boulangers. «*À ce jour, difficile de mesurer l'impact économique. Ce qui est sûr, c'est qu'on a de bons retours de nos clients sur le magasin. Ils y passent plus de temps, ce qui est toujours bon pour le commerce*», conclut Sander Koot. ■

JULIE DELVALLÉE, AUX PAYS-BAS