

Auchan exploite les gisements de l'innovation participative

Depuis 2012, Auchan s'est doté d'une plate-forme collaborative pour exploiter les bonnes idées venant de l'interne et innover dans les services, avec déjà cinq tests en cours.

Auchan n'en fait pas la publicité, pas encore, mais l'enseigne investit dans l'innovation participative. L'enseigne a en effet choisi de tendre l'oreille aux bonnes idées issues de l'interne, dont les meilleures se concrétiseront via de nouveaux services améliorant l'expérience d'achat. « Depuis 2012, nous favorisons la

créativité en incitant les 50000 collaborateurs d'Auchan France à soumettre leurs bonnes idées de services ou de conseils qui pourraient bénéficier à nos clients. Pour la partie produits, il existe déjà le partenariat avec Quirky! », annonce François Laveissière, directeur de la cellule innovation opérationnelle d'Auchan France. Depuis mars 2012, 1800 propositions ont émergé via la plate-forme CreaClic. Elles ont toutes été étudiées par la cellule innovation, supervisée par François Poupard, directeur d'Auchan Fâches-Thumesnil, l'hypermarché « laboratoire » de l'enseigne. 400 ont ainsi été validées et une trentaine sélectionnées pour un test en magasins.

« Start-up Auchan »

Pour vivifier cette innovation participative, la cellule innovation a également créé la « Start-up Auchan » : un nombre réduit d'innovations est étudié par les porteurs de projets, des directeurs de magasin et des dirigeants de l'en-

Les cinq expériences déjà mises en pratique

1 YOOMAKE Depuis le 1^{er} décembre, les clients d'Auchan Villeneuve-d'Ascq (59) peuvent se faire tirer la « silhouette » (figurine Mini me) ou personnaliser un des cinquante objets customisables, le tout en 3D ! Ce sont les services que propose le tout nouvel atelier Yoomake. Emmanuel Le Bouille, co-initiateur du projet avec Christophe Echaute, tous deux membres de la cellule innovation d'Auchan, se réjouit d'avoir concrétisé cette innovation en moins de un an. Une

seigne lors de séance de travail de deux jours. « La première Start-up Auchan s'est tenue en janvier 2014 et concernait sept projets sélectionnés parmi trente, détaille François Laveissière. Chaque porteur de projet pouvait solliciter à

« Depuis 2012, nous favorisons la créativité en incitant les collaborateurs d'Auchan France à soumettre leurs bonnes idées qui pourraient bénéficier à nos clients. »

François Laveissière, directeur de la cellule innovation opérationnelle d'Auchan France





© FRANÇOIS LECOCC

L'atelier 3D Yoomake, qui fait la part belle à l'impression 3D, est en test à l'hyper de Villeneuve-d'Ascq (59).

performance quand on sait que la cabine photo (70 appareils) a été construite en interne, grâce à des tutoriels en ligne, et qu'il a fallu trouver les partenaires industriels (Materialise en Belgique et Sculpteo en France) et informatiques (Webpulsar et 3 Axes) pour proposer ce niveau de prestations à un prix attractif (dès 49 € pour les figurines). « En trois jours, nous avons réalisé 21 commandes pour un panier moyen de 53 €.

Nous voulons attirer au moins 1 000 clients curieux par mois », conclut Emmanuel Le Bouille.

2 LOUEZEN est un service de location d'équipements de la maison (TV, Pem...). Lancé fin 2013 il est proposé dans les magasins de Roncq, Villeneuve-d'Ascq, Fâches-Thumesnil et Nice.

3 LAYAWAY, lancé début 2013, permet de réserver les cadeaux de Noël en magasins, plusieurs mois avant les fêtes pour garantir

leur disponibilité. Il est proposé dans les 126 Auchan de France et une extension en ligne est prévue en 2015.

4 RAYON SENIOR Auchan Aubagne et Manosque ont mis en place un rayon dédié aux seniors.

5 RAYON SÉCURITÉ À l'initiative d'Hervé Heudre, agent de sécurité d'Auchan Castres, une offre spécifique pour la sécurité de la maison a été déployée aux Auchan du Havre et de Castres.

tout moment des compétences internes dans tous les domaines potentiellement concernés (marketing, commerce, juridique, achats, services financiers, etc.) afin de peaufiner son innovation. Le tout en présence d'un directeur de magasin, futur parrain de son projet, et de plusieurs dirigeants d'Auchan très à l'écoute. À l'issue du séminaire, il disposait de quelques minutes pour exposer et défendre son idée devant un jury, qui le valide ou non.

Et, pour éviter l'écueil d'une bourse à l'innovation sans véritable lendemain, la cellule innovation et les directeurs de magasin parrains s'engagent à concrétiser les projets élus rapi-

dement. C'est ainsi que l'atelier 3D Yoomake (lire encadré), présenté à la première Start-up, a vu le jour dès le mois de décembre dans l'hypermarché Auchan de Villeneuve-d'Ascq (Nord), et qu'il pourrait être prochainement déployé d'abord sur le web, puis dans d'autres hypers.

Mobiliser les «Géo Trouvetou»

Parallèlement à la Start-up Auchan, d'autres animations ont été mises en place, de moindre ampleur dans la durée, mais qui mobilisent les «Géo Trouvetou» sous forme de défis thématiques à relever. «Nous en avons organisé six cette année, sur des problématiques aussi différentes que

l'activité de Noël ou la révolution des stocks par exemple», détaille François Laveissière.

Enfin, à l'image des Innovation Awards que Decathlon organise chaque année depuis 2005, Auchan s'est doté d'une manifestation comparable depuis 2011. La dernière édition des Trophées de l'innovation s'est ainsi tenue le 22 octobre dernier au siège du groupe. Cette année, une plateforme web a été créée pour retransmettre la manifestation en quatre langues (espagnol, italien, portugais et français) et, surtout, permettre aux collaborateurs du groupe de voter pour les six meilleurs projets sur les trente sélectionnés parmi une centaine de candidatures (42 000 votes enregistrés et 45 000 pages vues).

En France et à l'étranger

Les projets étaient classés selon les quatre axes stratégiques des bonnes pratiques de la vision du groupe: «grands commerçants», «efficacité opérationnelle et rentabilité», «développement audacieux» et «un groupe différent». Parmi les six lauréats, trois sont issus des équipes d'Auchan France (dont la Start-up Auchan et une boutique sécurité, lire encadré), deux du Portugal («Art partout», un projet artistique coréalisé avec des habitants de Setúbal pendant les travaux d'extension du centre Alegro Setubal qui a ouvert le 12 novembre) et un d'Auchan Espagne (Automatric, process de paiement de carburants par reconnaissance du numéro d'immatriculation du véhicule, voir lsa.fr). Car cette politique d'innovation a été déployée dans les trois principaux pays méditerranéens où l'enseigne est implantée: Italie, Espagne et Portugal. En attendant sans doute les autres, car certains des projets candidats provenaient déjà de Chine, de Pologne et de Hongrie. À suivre donc... ■