

FABLAB

MyDesign Carrefour

Lancement
En test depuis
avril 2015**LES PLUS**

- La création en magasins d'un centre de production d'objets personnalisés permet aux clients de réaliser immédiatement leurs projets
- Proposer de nouveaux services et produits dans le secteur du non alimentaire pour séduire et recruter des clients
- Adapter l'offre en développant les petites séries qui tiennent compte des spécificités ou de l'actualité de la zone de chalandise concernée

© MYDESIGN/CARREFOUR

CROSS CANAL

MyDesign déploie des fablabs chez Carrefour

La filiale de Carrefour développe en magasins des petits centres de fabrication d'objets personnalisés. Après une phase de test, l'enseigne va les déployer à plus grande échelle.

«Un troisième fablab a ouvert début décembre dans le Carrefour d'Écully et d'autres suivront, début 2016, en deux vagues successives, portant sur une vingtaine d'implantations au moins.»

David Schwarz,
directeur du développement
e-commerce
chez Carrefour France

«**M**oderniser notre image, recruter de nouveaux clients, développer le cross-canal, innover dans le non-alimentaire et le circuit court, tels sont les objectifs du concept de fablab développé par MyDesign», annonce David Schwarz, directeur du développement e-commerce chez Carrefour France. Société créée en 2005 par Christophe Charle (cofondateur de Cdiscount) dont Carrefour a acquis 50 % du capital fin 2013, MyDesign a mis au point un concept de petites unités de fabrication dédiées à la personnalisation des objets : photos et tableaux, produits textiles, coques de téléphone et autres accessoires de décoration. À l'origine, elle proposait ses services uniquement sur internet, la fabrication étant réalisée à Pessac (Gironde). «Après deux années de réflexion, nous avons

décidé d'implanter ces fablabs dans nos hypermarchés, des espaces de 30 m² dotés de machines d'impression numérique pour réaliser les projets à la demande», poursuit David Schwarz. Si la personnalisation des objets n'est pas nouvelle, l'atout de MyDesign est de la proposer directement en magasin et quasi immédiatement.

Amélioration constante des outils

Son offre permanente comprend 200 produits environ (de 5 à 150 €), mais peut s'enrichir en fonction de la saisonnalité et des spécificités des zones de chalandise grâce la flexibilité de l'outil de fabrication. Carrefour en teste deux dans ses hypers de Mérignac et des Ulis, respectivement depuis avril et juin, en sachant que MyDesign a aussi installé un pilote chez Carrefour à Madrid, mais qui n'est pas

couplé à internet. Sans dévoiler de résultats économiques (le panier moyen serait d'une vingtaine d'euros), David Schwarz assure que ces deux essais sont suffisamment encourageants pour être déployés et rentables rapidement. «Un troisième fablab a ouvert début décembre dans le Carrefour d'Écully et d'autres suivront, début 2016, en deux vagues successives portant sur une vingtaine d'implantations au moins», confirme-t-il.

L'impression 3D n'est pas prévue à court terme tant que la qualité des productions, l'attractivité des prix de vente et la diversité des coloramas ne sont pas au rendez-vous. De même pour l'impression de livre à la demande. Mais l'amélioration et la baisse constantes des outils et des coûts de fabrication laissent entrevoir de nouveaux débouchés. ■

FRANÇOIS LECOQ