



# Les chariots connectés de Carrefour Euralille au banc d'essai

Depuis le 17 mai, l'hypermarché lillois met à disposition de ses clients 30 chariots connectés à son application de géolocalisation Promo C-Où. Un test unique en son genre.

## À QUOI ÇA SERT ?

- **Le catalogue des promotions est accessible sur iPhone et iPad.** Le client peut ainsi faire son choix.
- **Il peut géolocaliser les produits promotionnés** dans les différents rayons du magasin.
- **Le consommateur peut « liker »** ce qu'il a repéré et en informer l'établissement.
- **La tablette permet de réaliser un pense-bête numérique** des promotions à ne pas manquer.

## LES POINTS CLÉS DU TEST

<p><b>30</b> chariots connectés disponibles</p>	<p><b>200 à 300</b> promotions proposées en moyenne <b>4 000</b> clients ont téléchargé l'application Promo C-Où</p>	<p><b>50 %</b> des clients de Carrefour Euralille ont entre 25 et 40 ans <b>7 800 m<sup>2</sup></b> de surface de vente</p>
---	--	---

Source : Carrefour

**D**epuis des travaux de rénovation de grande ampleur (48 M€ d'investissement) entrepris en 2014-2015, le centre commercial Euralille propose une « shopping expérience » renouvelée à ses 13 millions de visiteurs annuels. L'hypermarché Carrefour en a profité, lui aussi, pour remanier en profondeur son point de vente, qui est passé de 11 500 m<sup>2</sup> de surface initiale sur deux niveaux à 7 800 m<sup>2</sup> déployés au rez-de-chaussée. Les rayons ont ainsi été complètement repensés avec une offre plus condensée et nettement orientée sur le frais. Atypique au sein de l'enseigne, ce magasin attire des clients urbains et jeunes - 50 % ont entre 25 et 40 ans -, avec des paniers moyens moins élevés qu'en périphérie, mais avec une plus forte rotation. Chez Carrefour, c'est le seul à proposer la livraison à domicile dans

le Nord-Pas-de-Calais (5 % de son chiffre d'affaires) et il s'affirme comme un laboratoire pour l'enseigne. « L'opportunité de cette rénovation profonde nous a permis d'investir dans une nouvelle solution d'éclairage à leds proposée par Philips, qui permet d'améliorer la qualité de la lumière en magasin, de réduire notre consommation d'énergie de 50 % et de proposer un nouveau service de géolocalisation des produits en promotion par le biais de la technologie Visible Light Communication (VLC), mise au point par Philips, et de l'application Promo C-Où qui n'existe dans aucun autre Carrefour », rappelle Thierry Demette, directeur de Carrefour Euralille depuis octobre 2013.

## L'appli Promo C-Où, de l'iPhone...

« La VLC est une solution de communication de données véhiculée par la lumière. Elle utilise les modulations haute fréquence des éclairages à leds pour transmettre des codes ou des informations directement vers les smartphones ou les tablettes des clients. Ces données sont lues par le logiciel intégré à l'application Promo C-Où, que nous avons conçue pour Carrefour. C'est le premier hypermarché dans le monde à proposer ce service », précisait Marlène Tisse, responsable marketing retail de la division Philips Lighting, lors de l'inauguration du magasin, en mai 2015. Disponible pour l'instant uniquement sur la plateforme App Store, l'application permet aux clients de Carrefour Euralille dotés d'un iPhone de repérer les promotions en les géolocalisant dans les linéaires du magasin. Le choix de se concentrer sur les promotions (200 à 300 produits concernés en moyenne) « s'explique par le fait que c'est l'une des principales attentes de nos clients », indique Céline Martin, directrice des modèles commerciaux et de l'innovation chez Carrefour. À ce jour, 4 000 clients lillois l'ont téléchargée et l'utilisent régulièrement. Une proportion d'utilisateurs qui reste toutefois assez faible par



### L'avis de LSA

- **Une prise en main** facile grâce au tutoriel et à la géolocalisation précise, efficace, et instantanée des promotions.
- **Une contrainte** dans le fait de rester les yeux rivés sur la tablette, au moins lors des premières utilisations, ce qui peut réduire les achats d'impulsion.
- **Un manque de fluidité** car il faut être porteur de la carte de fidélité et passer, puis repasser, par l'accueil.

Pour qui n'a pas d'iPhone, 30 tablettes rangées dans une armoire fermée sont à retirer à l'accueil. Le client présente sa carte de fidélité et laisse une pièce d'identité.



Un tutoriel explique en quelques slides le fonctionnement de l'application Promo C-Où sur la tablette.



Une fois entré dans le magasin, le client est identifié et localisé par un point bleu sur l'écran de la tablette. Il peut alors sélectionner toutes les promotions qui l'intéressent et les géolocaliser d'emblée dans les linéaires.



Le client accède à l'ensemble des offres promotionnelles dans tous les rayons du point de vente.

Les courses terminées, le client retourne à l'accueil du magasin, rend la tablette et récupère sa pièce d'identité laissée en guise de caution.

rapport aux trois millions de visiteurs annuels, mais qui s'explique aussi par le fait que l'application n'est compatible que sur l'iPhone.

### ... au chariot connecté via une tablette

« Pour aller plus loin, nous proposons Promo C-Où sur des tablettes à placer sur la barre de poussée de 30 chariots connectés. Les clients l'utilisent ainsi de manière plus ergonomique et ludique que sur un téléphone, détaille Thierry Demetree. Ce qui permet de présenter l'application aux consommateurs qui ne sont pas équipés d'iPhone, à condition qu'ils aient la carte de fidélité Carrefour, et d'en recruter de nouveaux. Le lancement a été soutenu par de la PLV en magasins une dizaine de jours avant. À l'accueil, le client laisse une pièce

d'identité en caution et se voit confier une tablette à fixer au chariot. Il prend connaissance des modalités d'usage grâce à un tutoriel et commence ses courses », poursuit-il. Identifié dès son entrée, il parcourt les linéaires et repère en temps réel les bonnes affaires, la précision de la géolocalisation étant inférieure au mètre. L'expérience nécessite un temps d'adaptation pour ne pas rester les yeux rivés à la tablette, ce qui limite les achats d'impulsion. Le service permet de présélectionner les promotions avant le passage en magasin, un gain de temps appréciable. Pour l'instant, aucune mesure ne permet d'en quantifier précisément le bénéfice. Aucune date n'est annoncée non plus pour déployer l'application sur Android et Windows et dans d'autres hypermarchés Carrefour. ■ FRANÇOIS LECOQ, À LILLE