

Cru, l'art de bien manger façon Colruyt

Véritable marché couvert de produits artisanaux, Cru est un magasin haut de gamme qui prône l'authenticité, avec une offre courte de produits bruts. Créée en Belgique par Colruyt, l'enseigne est installée dans des bâtiments chargés d'histoire.

Avec son enseigne Cru, Colruyt teste un concept complètement différent, et résolument premium.

Le principe est celui d'un véritable marché de produits frais traditionnel rassemblant dix métiers différents (boucher, boulanger, maraîcher, poissonnier...) sous un seul et même toit, avec un peu de transformation sur place et de la restauration sur différents îlots. Inutile de chercher les mêmes références que dans la

distribution classique, puisque Colruyt propose ici des produits alimentaires très qualitatifs, avec si possible une chaîne d'approvisionnement courte, et fait la part belle aux produits bruts. Une petite révolution en somme, accentuée par des lieux d'implantation hors norme. Le premier Cru a en effet ouvert fin 2014 dans un ancien corps de ferme de 700 m², en périphérie de Bruxelles, alors que la deuxième unité de ce «marché expérientiel»

accueille les clients depuis le 28 mai dans un bâtiment industriel, une ancienne distillerie bordant un canal dans la ville de Wijnegem, en Belgique.

Une offre élémentaire, un décor de produits bruts

La décoration est minimaliste, laissant les produits occuper l'espace, avec une offre autour de 1 000 références. «*Pour éviter le stress lié au choix, nous conservons délibérément un assortiment*

DANS LEUR PLUS SIMPLE APPAREIL

Les asperges, présentées en vrac mais de belle manière, sans fioritures, sont à près de 10 € la botte de 500 grammes!



DES LIEUX D'IMPLANTATION ORIGINAUX

Le Cru de Wijnegem de la banlieue d'Anvers (photos) a pris place dans une ancienne distillerie qui jouxte le canal Albert traversant la ville. Celui d'Overijse (banlieue de Bruxelles) est, lui, dans une ancienne ferme rénovée.



limité. Toutefois, le seul poulet d'exception que vous trouverez vous sera, par exemple, proposé sous différentes formes : à la pièce, en morceaux, préparé en vol-au-vent», précisait Colruyt lors de l'inauguration de ce concept qui fait travailler artisans et spécialistes autour du plaisir du bon et du bien-manger. Une tâche qui s'appuie aussi sur la présence d'une sélection en épicerie, d'une brûlerie de café et d'une cave à vins, où la dégustation est possible. Des jus de fruits ou de légumes frais sont préparés sur place, ainsi que des frites fraîchement coupées ou des oignons confits au laurier, emballés sous vide. L'idée de Cru reprend à la fois les principes de Grand Frais, mais aussi d'O'Tera ou Frais D'ici, avec

un approvisionnement en circuit le plus court possible. Mais l'approche est plus simple : moins de références, moins d'affichage ou de marketing, pour se concentrer sur l'essentiel : un produit alimentaire revendiqué comme bon et authentique, et qui suit le rythme des saisons.

Raconter une histoire au consommateur

Les salariés, souvent au profil de restaurateur, sont capables de raconter l'histoire des produits qu'ils vendent. Dans le Cru de Wijnegem, un département traiteur propose des préparations réalisées sur place. Ce modèle, très différent du supermarché, entend nouer un véritable lien avec le consommateur, qui scanne lui-même ses achats. Quant à

2 magasins ouverts à ce jour

10 stands de métiers différents (boucher, boulanger, poissonnier, traiteur, fleuriste...)

850 à 1 000 références dans une logique d'assortiment court

Source : Colruyt

l'origine du nom, il est censé avoir un double sens, faisant référence à la fois au «produit cru» et au «produit du cru». Et il ne nous a pas échappé non plus qu'il s'agit (peut-être) d'une contraction du nom Colruyt. Après l'ouverture du premier Cru fin 2014, qui avait valeur de test, Jean-Pierre Roelands, directeur du concept, avait indiqué dans la presse belge que «les résultats [étaient] au-dessus de nos attentes», de manière «assez impressionnante». L'inauguration du troisième point de vente est prévue très prochainement dans la ville de Gand, en milieu urbain. Et selon le magazine *De Morgen*, le distributeur a l'ambition d'atteindre un parc d'une vingtaine de magasins dans les prochaines années. ■

MORGAN LECLERC

PETITE RESTAURATION ET TRAITEUR
Des préparations sont réalisées sous les yeux des clients, dans la transparence, et avec une transformation minime des produits.



THÉÂTRALISATION SIMPLE

Avec une gamme plutôt courte, Cru s'autorise à massifier les produits, notamment agricoles. Ce qui donne une impression de halle ou de marché, et permet de mettre en avant les victuailles.



PHOTOS : ISABELLE PATTEER



▲ DÉCORATION SIMPLE ET DOUCE
Couleurs claires, bois brut, le cadre invite à la dégustation des produits... ou du vin au verre.



▲ DES PASSIONNÉS AU TRAVAIL
Un boucher qui sait de quoi il parle, des salariés au profil de restaurateur, le personnel est en mesure d'accompagner et de conseiller les clients.