

Carrefour City, repensé pour les urbains

Marqué par une identité visuelle revue et une montée en gamme de l'offre, le nouveau concept met aussi l'accent sur les services pour attirer sa clientèle.

LE CONCEPT

■ **Toujours plus de produits frais, de bio et d'articles de santé.**
 ■ **Une offre de services renforcée :** caisses rapides, retrait des recommandés et colis

postaux, conciergerie...
 ■ **Un magasin ouvert sur l'extérieur,** pour s'intégrer un peu plus facilement dans le quartier et l'esprit des clients.

« **C**ontents de vous revoir », « Goûtez à la vie de quartier ». Les slogans inscrits sur les murs du Carrefour City de l'avenue de Malakoff (Paris, XVI^e arr.) donnent le ton du nouveau concept, troisième du nom. La signalétique et une identité visuelle douce, censées rappeler un esprit loft et urbain, entendent jouer la complicité avec les clients. « *La proximité doit être au rendez-vous des attentes. Celles-ci ont changé en huit ans, depuis le lancement de City. Nous faisons nos premiers pas dans le digital, et nous avons une offre* de services beaucoup plus développée », résume Christophe Rabatel, directeur du pôle proximité de Carrefour France.

Snacking et « bar à partages »

Dans ce magasin de 400 m², fermé trois semaines pour basculer sous son nouveau concept, l'offre est passée de 6 000 à 7 000 références, avec davantage de produits premium et santé, de snacking, et beaucoup de bio (25 % des fruits et légumes). Dès l'entrée, du pain frais, une rôtisserie et une machine à jus d'orange sont là, ce qui rappelle les marqueurs du concept Man-

darine de Franprix, dont le succès a suscité des vocations. Dans le même état d'esprit, la façade, lumineuse et ouverte, donne à voir tout le point de vente.

Mais c'est aussi sur les services que City veut innover pour faciliter la vie des clients, avec un « bar à partages », soit un coin déjeuner, flanqué d'une bibliothèque où on peut déposer des livres. En partenariat avec le réseau social « Mon P'ti Voisinage », le magasin met à disposition des services participatifs. Et un point relais Poste permet de récupérer ses recommandés et colis entre 7 et 23 heures, la Poste ayant ici délégué cette mission à Carrefour.

Certains partis pris se distinguent, comme des meubles dédiés à des opérations thématiques, une cave à vins où la moitié des bouteilles sont dans un meuble froid, ou une table bio regroupant toute l'offre d'épicerie labellisée AB. Le parcours client se termine sur une ligne de caisse un peu particulière, avec la possibilité, pour les petits paniers, d'opter pour des caisses dites de convivialité avec lesquelles le personnel scanne et encaisse les achats aux côtés du client. ■ M. L.

◀ **PLEINE PROXIMITÉ**
 Dès l'entrée du point de vente, les items désormais classiques de la proximité (pain, jus d'orange, snacking) sont à disposition.

◀ **ESPRIT LOFT**
 La façade du magasin du XVI^e arrondissement de Paris, ouverte sur la rue, doit donner envie de découvrir l'intérieur.



L'AMBITION
 Faire du magasin un lieu qui facilite la vie au cœur des villes

