

## Carrefour surprend les Français avec son magasin virtuel !

Depuis le mardi 2 octobre, Carrefour a lancé le premier magasin virtuel de France. Cependant cette nouveauté ne fait pas d'eux les précurseurs puisque le concept a déjà été proposé en Corée du Sud par l'enseigne Tesco en 2011.



**Carrefour**

Depuis plusieurs années, l'essor des drives dans la grande distribution a complètement modifié les enseignes françaises puisque 10% des ménages se décrivent comme utilisateurs d'après Kantar Worldpanel. Certains distributeurs comme Leclerc qui se trouve en tête des drives, mais également Auchan et les autres ont su capitaliser sur ce nouveau mode de distribution. Les conséquences ne se sont pas fait attendre pour Carrefour qui n'avait pas vu venir ce changement. En effet, même si l'enseigne n'a pas hésité à prendre des initiatives, ses parts de marché ont quand même diminuées. Dès 1999, l'enseigne propose pourtant son cybermarché mais celui-ci n'a jamais connu d'essor et n'a pas permis d'atteindre les attentes escomptées, n'étant jamais réellement exploité par sa clientèle. De plus, nous pouvons naturellement évoquer le projet de Carrefour Planet dans lequel l'enseigne s'est totalement empêtrée. L'objectif initial de développer la fidélité envers l'enseigne et de redonner le goût du shopping aux consommateurs fut un échec.

Affaibli par ses échecs, mais loin d'être vaincu, Carrefour promet 200 nouveaux points de retraits drive d'ici la fin de l'année. De plus, afin de contrer leurs concurrents sur ce nouveau marché, Carrefour s'active et s'inspire notamment de ce qui a pu se faire à l'étranger avec les magasins virtuels Tesco ou encore Delhaize en Belgique en avril 2012 puisque ceux-ci ont connu un véritable succès.

En ce début d'octobre, les passants de la Gare de Lyon Part Dieu ont donc eu la grande surprise de découvrir un véritable magasin virtuel : un écran lumineux reflète plus de 300 produits du quotidien sur un cube de 9m<sup>2</sup>. De l'alimentaire, en passant par l'hygiène, ce petit échantillon de références a été sélectionné en tenant compte des meilleures rotations de Carrefour. En d'autres termes comme l'explique Bruno Lebon, directeur e-commerce alimentaire chez Carrefour France « *ce sont les articles les plus commandés par nos 60 000 clients existants, à la fois de Carrefour Ooshop et de nos drivers qui ont été choisis* ». Les produits sont présentés en taille réel pour rappeler aux consommateurs les linéaires traditionnels. Ce lancement est la preuve parfaite que Carrefour essaie de rattraper le retard accumulé dans l'e-commerce depuis plusieurs années.

Virtuel et éphémère, ce magasin trouve refuge à la Gare de la Part Dieu à Lyon jusqu'au 18 octobre mais les Parisiens auront également l'opportunité de le découvrir Gare du Nord du 10 au 31 octobre. Ils sont volontairement installés dans des endroits de fort passage pour s'adresser à un public nomade. Il suffit de télécharger l'application « Mes courses Carrefour » et de venir scanner sur les murs du cube le code barre des produits disponibles et désirés. Le consommateur a alors le choix de la livraison : soit il peut recevoir à domicile dès le lendemain sa commande (si son montant atteint 60 euros), soit il peut retirer les produits achetés dans un Carrefour Drive.

S'il n'y a aucune difficulté apparente d'utilisation, notons cependant que la plupart des passants sont encore déconcertés surtout à l'idée de sortir leur carte bancaire dans un haut lieu à forte affluence.

Concernant les prix, on ne constate aucune flambée puisque ce sont les mêmes qui sont pratiqués dans les hyper et supermarchés pour les drives et ceux d'Ooshop.

L'intérêt de ce magasin est concrètement de « faire connaître la nouvelle version de mes courses Carrefour ». Mais, nous pouvons également relever des attentes plus stratégiques : celui développer les achats sur mobiles et tablettes. Un marché d'avenir évident. Selon GfK, il s'est vendu 12 millions de Smartphones en France en 2011, et il s'en écoulera sans doute 20 millions en 2015. Quant aux tablettes, encore plus intéressantes pour faciliter l'acte d'achat, c'est une multiplication des ventes par cinq qui est attendue : 7 millions en 2015, contre 1,5 million l'année dernière. Bruno Lebon ajoute que : "4% à 5% des commandes sur Ooshop sont aujourd'hui déjà faites via des smartphones ou des tablettes".

Carrefour doit cependant rester vigilant puisque Casino a pour projet également d'expérimenter ces mêmes courses virtuelles dans un vrai magasin, à Paris dans le courant du mois. L'avenir de ce nouveau mode d'achat révolutionnaire reste un test, néanmoins les français n'ont pas fini de se faire surprendre...



Sources ;

- Magazine LSA : Carrefour inaugure son premier magasin virtuel à Lyon
- Magazine Le Figaro : Carrefour accélère enfin dans l'E-commerce
- <http://web-tech.fr/carrefour-innovent-et-lance-le-premier-magasin-virtuel-de-france/>
- <http://www.e-marketing.fr/Breves/Carrefour-va-devoiler-a-Lyon-son-magasin-virtuel-48732.htm>