

Carrefour Flash 10/10 : à fond la caisse

Dans ce troisième épisode de la série documentaire Hyper Super Tech (la série documentaire qui plonge dans les coulisses de l'avenir de la grande distribution), nous découvrons un nouveau type de magasins qui promettent un gain de temps inédit : les enseignes Carrefour Flash.

Tout le monde, ou presque, a déjà vécu une situation comme celle-ci. Courses terminées, caddie rempli, la grande question se pose : quelle file d'attente avancera le plus vite... Mais cette question appartiendrait-elle déjà au passé ? En affichant la promesse de passage en caisse de 10 secondes, les nouveaux magasins Carrefour Flash amorcent ce qui a tout l'air d'une vraie tendance. Ce nouvel épisode de notre série Hyper Super Tech vous explique pourquoi.

Un concentré d'innovation

Installé dans le 11^e arrondissement parisien, le premier magasin Carrefour Flash a ouvert ses portes fin novembre. Sa spécificité ? 60 caméras au plafond, des étagères connectées qui rassemblent près de 2000 capteurs et un algorithme capable de traiter l'ensemble de ces données pour offrir une expérience la plus fluide possible à la clientèle du magasin. Les caméras, par un système d'avatar unique créé pour chaque client ou cliente qui pénètre l'enseigne, suivent leur parcours physique et identifient les produits sélectionnés. Ces informations sont ensuite complétées par les données

récoltées par les capteurs des étagères connectées, et lors du passage en caisse, où le panier final est automatiquement constitué. Plus de scan individuel de chaque produit, plus de code barre mal lu par le détecteur. Un bénéfice de temps pour le client, mais aussi pour le personnel du magasin, comme le précise Samira Grand, responsable du Carrefour Flash 10/10 : « *Ce nouveau système nous permet de mieux gérer les inventaires, les réassortiments, mais aussi de ne pas être bloqués à la caisse. Nous pouvons ainsi être plus près de nos clients* ». Carrefour a d'ailleurs conservé l'ensemble des équipes déjà présentes avant la transformation numérique du magasin.

Cet alliage d'innovations ne se fait cependant pas au détriment de l'expérience utilisateur, dont la protection des données est au cœur du dispositif. Un élément fondamental pour Nicolas Safis, directeur innovation du groupe Carrefour : « *les avatars créés sont anonymes. J'insiste sur ce point, car nous ne récoltons aucune donnée sur les visiteurs* ». Faire ses courses rapidement, en toute sérénité, c'est la promesse de ce nouveau concept de « magasin sans friction ».

Le commerce sans friction, une expérience à part

La pandémie de Covid-19 a accéléré la tendance : les services de livraison à domicile et de retrait en magasin sont en plein boom. Pour preuve : à lui seul, le secteur de la livraison très rapide, voire « instantanée » a progressé de 86% entre 2020 et 2021 en France. Relayée par le site [Comarketing-news.fr](https://www.comarketing-news.fr), une étude de Packlink révèle que la vitesse de livraison est le deuxième critère le plus important dans le processus d'achat en ligne (juste derrière le prix). Le Quick Commerce est donc une réponse à ce désir de rapidité exprimé par les consommateurs et consommatrices. Les magasins sans friction en sont une autre.

Les magasins Carrefour Flash sont ainsi à la croisée des attentes des consommateurs et consommatrices d'aujourd'hui : un gain de temps évident, mêlé à une grande fluidité dans le processus d'achat, le tout enrichi par un apport technologique au service de l'expérience shopping. C'est ce que précise Nicolas Rebet, fondateur de [Retailoscope](https://www.retailoscope.com) : « *Les magasins sans friction répondent à un besoin de rapidité, avec des courses très rapides, mais aussi un panier limité* »

Ainsi, ce nouveau modèle ne constitue pas un remplacement de l'existant, mais un complément utile et bénéfique aux solutions qui existent aujourd'hui. Les magasins sans friction n'ont pas vocation à remplacer les grandes surfaces, mais à mettre à la disposition des clients de nouveaux modes d'achat, correspondant à leurs besoins, leurs attentes, aussi variées et multiples soient-

elles. Pour en savoir plus, découvrez le troisième épisode de Hyper Super Tech dans cette vidéo.

Maddyness, partenaire média de Carrefour

Article écrit par MADDYNESS, AVEC CARREFOUR