

CYBERMARCHAND

New Look en ligne en France

L'enseigne britannique a lancé le 24 octobre une version française et en euros de son site marchand (5 500 références et 600 nouveautés par semaine). Au menu, les lignes de ses 31 boutiques en France, plus des exclusivités. La marque offre la livraison de la première commande et organise un concours pour gagner un an de shopping.

TRANSFERTS



LE 600^e DIA INAUGURÉ

C'est un cap anecdotique, mais qui mérite d'être souligné. Dia a ouvert le 26 octobre son 600^e magasin en France, à Firminy, dans la Loire. Et ce alors même que le 500^e avait été inauguré à Avignon début septembre. Le signe, s'il en fallait, que l'enseigne, séparée désormais de Carrefour, continue son développement, et ses opérations de transferts d'Ed vers Dia. Il ne reste donc plus qu'un peu plus de 300 magasins Ed à transformer pour achever la mue.

CHARIOTS

Carrefour teste un modèle pour sacs cabas

Comme Super U avec Cadie à Vertou (Loire-Atlantique), Carrefour teste une nouvelle génération de chariots clients, permettant de fixer des sacs cabas. Le modèle Mobi, imaginé par Carrefour et conçu par Wanzl, peut supporter jusqu'à cinq sacs cabas sur la partie haute. Avantage de ces contenants : pouvoir y ranger directement ses articles, et transvaser plus facilement les sacs déjà prêts dans sa voiture, dans une configuration d'achat



Les Mobi permettent de fixer jusqu'à cinq sacs cabas. Le test se poursuit jusqu'à la fin de l'année dans trois magasins.

en libre-service via Scan'Lib. Le chariot compte en plus un espace « poids lourds » dans sa partie basse, pour les

boissons ou autres, soit une contenance totale de 252 litres. Mobi, qui a la particularité d'être fabriqué en par-

tie en plastique, affiche un poids très « light » (38 kg), synonyme d'une plus grande maniabilité, l'un des points clés pour le client, qui ne trouvera toutefois pas de siège enfant sur ce modèle. Le plastique a décidément la cote chez Carrefour : en Espagne, Planet est déjà équipé de modèles mixtes polypropylène-métal, des chariots baptisés Tango qui devraient bientôt arriver en France. 800 unités de Mobi sont testées dans les Carrefour Planet des Ulis et de Wasquehal, et au Carrefour Market de Boulogne-Billancourt. ■■

F. M.

MAGASIN DU FUTUR

LaSer ouvre son « nouvel échangeur »

La plate-forme de veille technologique et marketing dédiée à la relation client, rebaptisée Echangeur by LaSer, ne se présente plus seulement comme un espace de démonstrations sur les nouvelles technologies et leurs usages. La plate-forme qui a déménagé rue de Londres, à Paris (IX^e), intègre désormais le département « étu-

des et prospective » de LaSer. « Cet Échangeur capitalise sur les expertises et les outils des deux entités, il est plus marketing et davantage orienté contenu », indique Cécile Gauffriau, directrice de la plate-forme. Cela nous permettra d'aiguiser les regards sur les transformations en profondeur qui affectent les entreprises et leurs clients. » La révolution data et des réseaux sociaux y prend ainsi une part prépondérante.

Autre nouveauté, l'Échangeur peut se délocaliser de manière éphémère chez le client. « Nous créons par exemple un supermar-

ché du futur chez Procter & Gamble, ou un corner digital beauté et luxe chez L'Oréal. » Enfin, l'offre s'étend aux contenus de trois observatoires maison. L'Access panel LaSer, d'abord, qui scrute le comportement de 13 000 foyers français, interrogés chaque année depuis douze ans. Puis E-Insight. Il décrypte les usages des nouvelles technologies et analyse les points de rupture susceptibles de développer les nouveaux usages de la relation client. Et enfin Fid'Echangeur, dédié à l'observation de la fidélisation en France. ■■

F. M.



L'Échangeur se décline en un showroom et un digital store.