



## Le chariot connecté d'un distributeur à Lille

publié le 18/07/2016

### Descriptif :

Article sur le site d'Olivier Dauvers : Concrètement un chariot sur lequel le client peut poser une tablette, fournie par le magasin moyennant le dépôt d'une pièce d'identité en guise de caution.

Direction Lille hier pour tester le chariot connecté de Carrefour. **Concrètement un chariot sur lequel le client peut poser une tablette, fournie par le magasin moyennant le dépôt d'une pièce d'identité en guise de caution.** ↗

L'hyper d'Euralille n'a évidemment pas été choisi au hasard. Urbain (littéralement planté entre les deux gares de Lille), avec un fort trafic (7 000 clients les très mauvaises journées, 12 000 les bonnes) et une typologie de clients plus jeunes que la moyenne. Bref, des urbains pressés sur lesquels Carrefour a entrepris de tester une solution de géolocalisation des bonnes affaires. Car, présenté de manière un peu résumée certes, le chariot connecté de Carrefour est en fait un GPS pour trouver les promos.

Dans le détail de l'usage, le client peut soit parcourir le détail des catalogues en cours (ou des bons de réduction disposés dans le magasin) et y être guidé ou, autre solution, interroger la tablette sur les promos autour de lui et, là encore, y être dirigé. Le tout grâce à un plan du magasin que le client peut agrandir ou réduire de manière tactile. Originalité technique : la géolocalisation du chariot (en fait de la tablette) est permise par la technologie VLC, qui utilise la lumière comme moyen de communication.

Le bilan ? Mitigé. Déjà sur la sémantique... "Chariot connecté" est un brin surfait. Certes, via la tablette, le chariot est bien connecté à son environnement. Mais, fondamentalement, l'attente est autre, eu égard aux possibilités de la tablette (ou du smartphone du client demain). La caméra devrait a minima permettre de transformer la tablette en outil de self-scanning (Carrefour Belgique a développé une appli pour smartphone il y a déjà deux ans / revoir mon test ici). Via le scan d'un QR code ou la reconnaissance d'image, la tablette pourrait aussi proposer du contenu enrichi sur certains produits (recettes pour les produits frais traditionnels, composition pour les produits avec allergènes, etc.). Ou encore, autre piste, la tablette pourrait être synchronisée avec la fonction liste de courses de l'appli Carrefour, de telle sorte que la liste constituée à la maison apparaisse instantanément sur l'écran.

Cela dit, Carrefour a mille fois raison de tester un outil même imparfait. N'en déplaise à quelques thuriféraires du 2.0, la digitalisation du commerce (surtout alimentaire car 100 % mass-market par principe) sera un chemin long. Très long. Et le plus important est encore de s'y engager pour apprendre. En anglais du monde 2.0, on appelle ça le "test & learn". Précisément ce que fait Carrefour à Lille.