



Dans les grandes surfaces du futur

publié le 22/12/2018

Descriptif :

Face à la concurrence du numérique et de la livraison à domicile, la grande distribution est obligée de se réinventer si elle ne veut pas mourir.

Face à la concurrence du numérique et de la livraison à domicile, la grande distribution est obligée de se réinventer si elle ne veut pas mourir. **Forcées de revoir en particulier leur modèle, en déclin, celui de l'hypermarché, les enseignes innovent pour sauver leurs magasins dits physiques.**

On est là dans un magasin nouveau modèle. D'ailleurs l'ambiance tient plus de la brasserie que de la boutique traditionnelle telle qu'on la concevait jusqu'à aujourd'hui. C'est un vrai prototype que l'enseigne Casino vient d'ouvrir dans le très chic quartier parisien du bas des champs-Élysée, un nouveau concept baptisé "le 4", comme le numéro de la rue.

Des codes qu'on ne connaît pas dans la grande distribution

"Il y a une terrasse, une vitrine à réalité augmentée, ça intrigue" explique Moez-Alexandre Zouari, le directeur : "Dès qu'on entre on est sur des codes qu'on ne connaît pas dans la grande distribution, c'est du noir et blanc. On a imaginé le commerce comme un vrai lieu de vie. On met la vente au second degré. Une fois que vous avez créé un environnement où les gens se sentent à l'aise, croyez-moi ils consomment."



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.
Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.