

au jour le jour

Wind, un vent nouveau pour Caddie



Caddie dévoilera officiellement sur le salon Euroshop son nouveau modèle de chariot, baptisé Wind, présenté comme révolutionnaire. Le voile a déjà été en partie levé par « le journal des entreprises » début février. Premier constat : la classique corbeille en acier est remplacée par cinq caisses, conçues pour accueillir les sacs. Deuxième événement, la poignée pourra être équipée d'une tablette numérique dont l'interface permettra d'accéder à différents services comme le plan du magasin, l'affichage de la liste de courses, etc. Avec son look un peu futuriste, Wind se veut plus esthétique et ergonomique, mais surtout plus léger et maniable.

Auchan Italie choisit CHEP

En Italie, Auchan a choisi CHEP pour assurer la gestion de ses palettes dans l'ensemble de ses centres de distribution en Italie. Dans le cadre de ce contrat, Auchan va réutiliser les 400 000 palettes par an sur lesquelles il reçoit les marchandises dans ses centres de distribution régionaux pour le conditionnement en préparation des commandes et les expéditions sur les magasins. Auchan envisage également d'utiliser Portfolio + Plus, le portail de CHEP pour gérer et suivre les palettes reçues des fournisseurs et vérifier les transactions de palettes de ses centres de distribution italiens.

+ sur www.lineaires.com

CHARIOTS

Offrez aux clients une lecture à la loupe

Ce sont deux constats assez factuels. 1 : la population française vieillit. 2 : les emballages des produits sont de plus en plus riches d'informations, pas toujours très lisibles. D'où l'idée d'équiper les chariots d'une loupe ! Pour l'heure, peu de solutions existent. Wanzl propose notamment, en option, des petites loupes escamotables glissées dans un support fixé à la poignées du chariot. Le Suisse Eiwal, filiale de l'équipementier auto Biro, propose une loupe installée à demeure sur le chariot (sur la corbeille ou la poignée, au choix).



POINTS FORTS/POINTS FAIBLES

Une qualité suisse

Bien que d'apparence fragile, l'équipement a vraiment été pensé pour garantir une longue durée de vie.

La « gratuité »

Le modèle commercial privilégié (pub) doit permettre aux magasins de s'équiper à peu de frais.

Le prix élevé

À plus de 15 € pièce (pour 1000), ça reste cher pour un « gadget ».

Le manque de structuration

La marque débarque en France. Tant la structure que le modèle commercial restent à peaufiner.

1 Un produit rassurant sur sa durée de vie

Le premier réflexe d'un professionnel à la vue de ce bras proéminent sera la crainte d'une casse fréquente. Il faut avoir tenu entre les mains cet équipement pour être rassuré. Incontestablement, c'est du costaud ! Et la fixation aussi, a priori. À noter que la lentille est en verre et pas en polycarbonate. Bref, la Suisse est ici fidèle à sa réputation de qualité. Mais cette qualité se paie au prix fort : 15 à 16 € pièce (pour mille).

2 Un modèle commercial privilégiant la pub

Commercialisée en France par un agent depuis début 2011, la loupe Eiwal a déjà fait ses premiers pas dans sept pays d'Europe en 2010. L'équipement est soit acheté en direct par les GMS soit offert aux magasins par un fournisseur. Dans ce

cas, la loupe est équipée d'un couvercle accueillant de la pub pour la marque (coût additionnel de l'ordre de 1,75 € par unité). Le couvercle présente en outre un intérêt pour la prévention des incendies (attention à l'exposition en plein soleil !). L'agent Eiwal pour la France va privilégier ce modèle publicitaire à la vente directe, a priori.

3 Les menaces sur la solution

Le développement à vitesse grand V des bases d'informations acces-

sibles depuis un mobile (en scannant le code barres) pourrait freiner les velléités des enseignes (ou des fournisseurs) à investir dans une loupe. Bientôt, n'importe quel client aura accès à toutes les informations utiles concernant un produit sur l'écran de son téléphone. Reste qu'une bonne vieille loupe à portée de main aura toujours ses adeptes, réfractaires à la technologie... ■

Florent Vacheret

Contact pour la France : jp.emiry@orange.fr ou 02 98 58 61 65.