

« 4 Casino » : Jean-Charles Naouri fait entrer la distribution dans l'ère du physical

Phygital ? Il ne s'agit pas d'une nouvelle forme de médecine douce, mais bien d'une nouvelle tendance lourde du secteur de la distribution. A l'heure de la digitalisation du retail, les opérateurs cherchent à trouver de nouveaux équilibres entre achat physique et digital. En pointe dans ce secteur, le groupe Casino a ouvert début octobre le premier concept-store phygital de France, le « 4 Casino ». Une initiative qui s'inscrit dans la lignée de la stratégie digitale initiée par le président du groupe, Jean Charles Naouri.

Envie ou besoin de faire vos courses à 3 heures du matin ? Il suffit de vous rendre au « 4 Casino », situé 4 avenue Franklin Roosevelt (d'où le nom) avec votre téléphone portable. Grâce à l'application Casino Max, les portes s'ouvrent pour vous et vous pouvez déambuler en toute liberté dans les rayons. Toujours avec votre smartphone, vous scannez les produits que vous souhaitez acheter au fur et à mesure de vos pérégrinations, puis vous payez le total (toujours via l'application) avant de quitter le magasin.

Le « 4 Casino », on l'aura bien compris, casse les codes traditionnels de la distribution en proposant une approche qui allie présence physique du client et des produits, à une digitalisation à marche forcée de son environnement. Avec derrière la tête, l'idée de faciliter l'individualisation des pratiques générées par la révolution numérique, tout en conservant le socle de l'achat physique et le plaisir de l'expérience client.

Autre innovation, au centre du magasin, une borne « itinéraire » guidée par la voix permet aux clients de demander où se trouve tel ou tel produit. Un itinéraire jusqu'au bon rayon s'affiche

instantanément. Il est même possible de récupérer l'itinéraire directement sur son téléphone.

Mais le concept du « 4 Casino » ne s'arrête pas à la proposition-phare de pouvoir faire ses courses 24/24 et 7/7, armé de son seul téléphone portable. Il cherche également à faire (re)venir à lui de nouveaux publics, urbains, dynamiques et connectés, en créant autour de l'épicerie une expérience à 180 degrés pour rendre les courses plus conviviales et faire du supermarché un véritable espace de vie.

Situé à deux pas des Champs-Élysées, le « 4 Casino » a choisi son positionnement : jeune, chic et branché. En plus des espaces d'épicerie (et notamment de l'épicerie fine haut de gamme), le « 4 Casino » propose une cave à vin, un bar à vin, mais également un bar à croque-monsieur.

« L'objectif est de proposer le meilleur des deux mondes entre le physique et le digital », explique clairement Cyril Bourgeois, le directeur de la transformation digitale du groupe Casino.

Un positionnement branché et décontracté qui s'inscrit dans le créneau de la bistronomie et du healthy food, avec pour ambition affichée de faire rester aussi longtemps que possible, et dans un cadre aussi agréable que possible, les clients qui peuvent à la fois faire leurs courses et prendre un verre après le travail.