



## Place au magasin sans contact

Les boutiques multiplient les solutions pour limiter au maximum les interactions physiques. Un phénomène qui accélère le développement des nouvelles technologies. Et si le magasin du futur était déjà là ?

Los Angeles, Woodland Hills. L'endroit ressemble à un supermarché traditionnel. Mary, 36 ans, entre en scannant son smartphone à une borne. Elle saisit un chariot vert, y pose une bouteille de lait, un sachet de tomates et un paquet de gâteaux. Plus loin, elle s'adresse à voix haute à un boîtier à qui elle demande le rayon fromage. Elle s'y dirige, se sert, avant de ressortir du point de vente quelques minutes plus tard. La jeune femme vient de faire ses courses, sans parler à un vendeur ni passer par la caisse. Ouvert début septembre, ce concept Amazon Fresh - truffé de technologie - est l'un des magasins sans contact les plus aboutis au monde. Dans ce contexte de distanciation sociale, d'aucuns pourraient considérer la solution comme idéale...

Du paiement sans contact...

Car les inquiétudes sont toujours très vives, près de la moitié des consommateurs craignant d'attraper le Covid-19 lors de leurs achats. Pourtant, 47 % d'entre eux préfèrent pouvoir toucher, sentir et essayer le produit en magasin, selon une étude Mood Media. Comme Laila, 40 ans, directrice opérationnelle dans une société francilienne - et férue de mode - qui continue à aller en boutique, "notamment pour les vêtements, j'aime bien les voir, les toucher", explique-t-elle. Alors, pour donner envie à leurs clients de venir chez elles et de s'y sentir en sécurité, les enseignes multiplient les initiatives. Et cela ne se limite pas au gel, au masque, ni même au paiement sans contact - qui a bondi de 60 % entre juillet 2019 et juillet 2020 (source : Banque de France). "On est passé du paiement sans contact au commerce sans contact", annonce Rodolphe Bonnasse, président du groupe CA COM. "Le coronavirus pousse les consommateurs à passer moins de temps en magasin", renchérit Vincent Lenglet, responsable marketing chez **Monext**, spécialiste dans le traitement des transactions électroniques.

LIRE AUSSI >> A l'aéroport de Lyon, un parcours "sans contact" grâce à la reconnaissance faciale

...au commerce sans contact

Vendeurs connectés, QR Code à générer, essai en réalité virtuelle ou augmentée... "On observe un déploiement de technologies qui existaient déjà", analyse Gary Guillier-Marcellin, fondateur de 2GM Consulting, société de conseil en digitalisation du point de vente. Dans la toute nouvelle boutique Nike des Champs-Élysées, on peut ainsi désormais scanner soi-même ses sneakers avec son smartphone, payer et sortir sans passer par la caisse. Chez Zara, une application permet de réserver en ligne une cabine en boutique, histoire d'éviter la file d'attente avec les autres clients. Mango et Etam - comme Victoria's Secret, H&M ou encore Rebecca Minkoff - expérimentent les cabines connectées. Principe : en scannant une étiquette depuis le miroir, on peut demander à un vendeur d'apporter une taille ou une couleur différente. Autre dispositif, conçu par la start-up française Veertus : après avoir paramétré ses préférences et mensurations, le client scanne le code-barres de la référence et peut l'essayer virtuellement sur son smartphone. Autant de services qui transforment le magasin en "espace sensoriel, dédié à l'expérience, où les points de friction, comme l'attente et le paiement, sont invisibles", poursuit Rodolphe Bonnasse.

LIRE AUSSI >> Nike House of Innovation, le nouveau temple parisien du sport et de la forme

De là à voir Amazon Fresh débarquer en France ? Deux magasins 100 % sans contact viennent de voir le jour : Boxy, conçu par une start-up, et Black Box, imaginé par le groupe Casino, permettent à un client d'acheter des produits, en toute autonomie. Des concepts encore très marginaux, néanmoins. "Les freins, notamment réglementaires et idéologiques, sont nombreux", tempère Gary Guillier-Marcellin. Et Vincent Lenglet d'abonder : "Acheter en commerce de proximité est un acte social". Encore plus dans un pays où l'on reste très attaché à ses commerces de proximité... et à l'échange humain.

---

C'est déjà possible

Payer avec sa main

C'est possible dans deux magasins Amazon de Seattle. Le géant américain vient de présenter Amazon One, une technologie biométrique sans contact permettant de payer d'un geste de la main.

Se maquiller virtuellement

A Time Square (New York), la marque de maquillage Cover Girl propose d'essayer en réalité augmentée rouge à lèvres, fard à paupières, blush et fond de teint, puis de partager les essais virtuels avec ses proches.

Diagnostic à distance

Au Japon et en Chine, la marque SK-II utilise la reconnaissance faciale et l'intelligence artificielle pour scanner un visage et établir un diagnostic de peau personnalisé.

Essayer sans toucher

En Corée du Sud, LG a mis au point une cabine d'essayage avec le miroir connecté ThinQ Fit, qui permet de créer le double numérique d'un client à partir de ses mesures... et de lui faire essayer virtuellement des vêtements.

---