



SuperLab: Le supermarché du futur

Qu'est-ce que SuperLab?

Préparé par EVVO RETAIL, société d'innovation pour les points de vente, spécialisée dans les supermarchés, SuperLab recueille les nouvelles tendances de ce que sera le supermarché du futur. Ainsi, SuperLab est le résultat d'une analyse sur 3 ans de la crise du système d'achat lui-même. Il propose un processus d'achat personnalisé qui fasse vivre une nouvelle expérience à l'utilisateur, en utilisant la technologie. De cette façon, le projet devance les tendances futures en réunissant les concepts des magasins physique et en ligne et propose une expérience interactive, passionnante et aisée.

Le projet SuperLab est né de la détection de deux réalités:

- Aller dans un supermarché n'est pas une activité agréable. Il y a actuellement une crise qui touche la dynamique d'achat, ainsi que les différentes étapes réalisées au cours de ce processus.
- Le secteur doit se mettre à jour vis-à-vis de l'application des nouvelles technologies afin d'offrir une expérience d'achat interactive réussie.

En ce sens, SuperLab propose un nouveau modèle, avec un nouveau scénario. Son objectif final est de forger un lien plus intense avec l'utilisateur, en créant une expérience d'achat agréable et personnalisée, avec un important engagement éthico-écologique et avec toutes les innovations technologiques disponibles.

Questionner le modèle actuel

Après trois années de recherche et d'analyse, ce projet propose une nouvelle façon de faire ses courses. Le projet a débuté en 2015 en tenant compte de la crise du système d'achat lui-même dans les magasins. Suite à la question « Pourquoi faisons-nous nos courses dans les supermarchés de la façon dont nous les faisons ? » d'autres ont surgi, comme par exemple:

- Pourquoi prenons-nous un chariot et le poussons-nous à travers des rayons remplis de produits?
- Pourquoi les mettons-nous dans le chariot, les transportons-nous à travers le magasin pour, une fois arrivés à la caisse, qu'une personne les enregistre et les dépose de l'autre côté, d'où nous les remettons dans le chariot ou dans des sacs pour pouvoir les emporter?
- Pourquoi est-ce que, dans "mon" supermarché, je trouve des produits que je n'achèterai jamais?

Les réponses à ces questions, et à d'autres, amènent à proposer des solutions qui rendent compatibles les deux systèmes d'achat : l'espace physique et l'achat virtuel:

- Faire évoluer le modèle actuel de libre-service vers un modèle axé sur les ventes assistées.
- Ajouter le facteur humain à l'accroissement de la technologie.
- Aider l'utilisateur à définir son profil en tant que personne unique et à déterminer ses besoins, en offrant des solutions qui rendent son acte d'achat quotidien plus ludique.
- Incorporer des valeurs éthiques qui proposent des points de vue radicaux quant à la production durable des aliments et à la préservation de l'environnement.
- Transformer la présence des différents produits sur le lieu de vente en prenant en compte la génération de déchets solides et leur recyclage ultérieur.
- Construire l'espace de vente avec des matériaux écologiques, recyclables et réutilisables, et utiliser des énergies renouvelables, ainsi que d'autres matériaux techniques qui facilitent un achat plus sain, moralement comme physiquement, ainsi que le propose le Groupe Porcelanosa, collaborateur pour cette partie du projet.

Trois concepts pour un nouveau modèle

1. ATTENTION PERSONNALISÉE CONTRE LIBRE SERVICE

Face au libre-service actuellement offert dans les supermarchés, SuperLab propose l'attention personnalisée grâce à la technologie, de sorte que l'utilisateur soit identifié et que son achat soit facilité et anticipé. Ainsi, après plusieurs commandes, SuperLab aidera chaque usager à choisir les produits qu'il achète habituellement, leur périodicité et la quantité nécessaire. De cette manière, le système d'information peut suggérer le contenu ainsi que la date de livraison lorsque la commande est activée.

De même, pour que l'achat soit plus agile et plus pratique, l'utilisateur ne verra pas un magasin virtuel avec tout le stock du supermarché, mais en premier lieu apparaîtront dans sa commande les produits les plus habituels.

2. TECHNOLOGIE TRANSVERSALE

L'attention personnalisée est basée sur l'utilisation de la technologie de manière transversale, également utilisée pour gérer les réserves de l'utilisateur chez lui grâce à l'historique de ses achats. SuperLab pourra savoir quand il aura besoin d'un produit et lui offrira la possibilité de l'incorporer à sa liste de courses, de façon immédiate, grâce à une application mobile spécialement conçue.

3. ACHAT ÉTHIQUE

SuperLab anticipe les tendances qui seront courantes dans les années à venir, notamment en proposant un supermarché où l'on pourra réaliser un achat éthique. D'une part, il offrira un engagement quant à la durabilité des aliments et, en même temps, permettra de faire des économies sur les emballages (en économisant les boîtes et les sachets des produits). SuperLab aura le plus petit stock possible car il éliminera les grands rayons traditionnels, ce qui évitera le gaspillage des aliments.

SuperLab mettra sur des aliments qui respectent leur cycle de vie naturel, sans utiliser de substances chimiques ni de ressources naturelles inutilement.

La durabilité sera également présente dans le bâtiment, pour lequel ont été prévus des matériaux écologiques permettant un recyclage facile lors de réformes ultérieures du modèle. À cet égard, l'utilisation de matériaux techniques, tels que K-Life ainsi que d'autres produits du Groupe Porcelanosa répondant à ces exigences de durabilité, a été prise en compte.

De même, toutes les énergies et le matériel seront issus d'une production écologique et renouvelable.

La déambulation dans le supermarché du futur

SuperLab passe quatre zones, dans un espace diaphane brisant la rigidité des supermarchés d'aujourd'hui et créant des espaces organiques, avec une lumière indirecte et des formes accueillantes.

1. Lorsque l'utilisateur entrera dans SuperLab, il trouvera la réception et le point d'information. Là, il s'identifiera auprès de l'une des bornes interactives qui seront installées. De cette façon, le supermarché saura qu'il se trouve à l'intérieur du magasin physique et pourra lui fournir toutes les facilités. Il choisira alors s'il souhaite être conseillé par un assistant ou s'il préfère faire ses courses lui-même.

À côté de la réception et du point d'information, ont été prévus 4 centres d'attention personnalisée, où un conseiller aidera l'utilisateur à faire ses courses sur mesure nutritionnels, élaboration de menus hebdomadaires, liste des courses, livraisons ... Dans cet espace il y aura une zone de repos où réaliser l'achat en ligne et attendre sa commande avant de l'emporter. Dans cette zone, il y aura également un espace de formation avec des conférences, des cours et des ateliers relatifs au domaine de l'alimentation et d'autres sujets d'intérêt. Dans la zone du bar, il pourra consommer des produits achetés au supermarché.

2. Si le client préfère faire ses courses de manière physique, il pourra accéder à la zone d'exposition du produit. Les fruits et légumes feront l'objet d'un traitement spécial, car une partie des produits exposés aura été cultivée dans le potager ou dans la serre, que l'on pourra voir depuis l'intérieur du supermarché à travers une vitrine. Cet élément procurera une relation de proximité et de transparence totale avec l'utilisateur.

3. On cherchera à utiliser le moins d'étagères possibles pour les produits secs. Sur un grand écran tactile on pourra voir tout le stock du supermarché. Le client sera en mesure d'accéder à une grande quantité de produits à travers l'écran et pourra sélectionner ceux qu'il désire. D'autres écrans serviront à annoncer offres et promotions. Toutefois, SuperLab aura des rayons où seront exposés certains produits tels que les produits bio, écologiques, de proximité ou fins. De petits écrans situés sur les étagères donneront des informations sur ces autres aliments. Dans l'espace d'exposition, il y aura aussi les «kits», une sélection de produits préparés pour cuisiner des recettes pour une alimentation saine et équilibrée.

4. Une fois que l'utilisateur aura effectué un achat physique, il pourra laisser son chariot sur un tapis roulant et ses produits seront préparés afin qu'il puisse les emporter ou bien ils lui seront livrés à domicile. Grâce à ce nouveau concept, l'utilisateur n'aura pas à faire la queue pour payer le produit, éliminant cette partie mécanique de tout achat. De même, si le client a passé sa commande en ligne, à travers l'application pour téléphone mobile ou au moyen des écrans installés dans le supermarché, il pourra également emporter ses produits ou les faire livrer, chez lui ou à tout autre endroit à sa convenance.

Un supermarché pour tous les publics

SuperLab n'est pas une réponse universelle, ni une solution unique et définitive. Il s'agit d'une proposition offrant de nouvelles alternatives qui doivent pouvoir s'adapter aux différentes enseignes, selon leur positionnement et leur personnalité propre et, surtout, en fonction de la personnalité de leurs usagers.

En ce sens, SuperLab s'adresse à tous les publics et à un consommateur curieux et non-conformiste, qui évolue et qui a déjà intégré la technologie à son quotidien. Avec cette technologie, on souhaite que chaque usager se sente unique, en nous adaptant pleinement à ses besoins. Ainsi, l'objectif final est de forger un lien plus intense avec l'utilisateur, en créant une expérience d'achat agréable et personnalisée, avec un important engagement éthico-écologique et avec toutes les innovations technologiques disponibles, dans un espace agréable.

Des entreprises leaders dans l'innovation

EVVO RETAIL, est une entreprise d'innovation dans le commerce de détail, spécialisée dans le domaine des supermarchés. La société offre à ses clients les services d'un laboratoire de recherche pour explorer de nouveaux formats commerciaux pour l'avenir. Située à Igualada, Barcelone, elle a été créée au début des années 90 et c'est à partir de l'an 2000 qu'elle commence à se spécialiser dans le domaine de la vente au détail. EVVO opère à l'échelle nationale, au Portugal et aux Émirats Arabes Unis et a travaillé pour des sociétés telles que Plusfresc, Spar, E. Leclerc, LULU Hypermarkets, Valentine ou Petrocat.

Sa méthode de travail repose sur la recherche constante sur toutes les informations relatives au secteur de la distribution alimentaire, que ce soit dans les domaines du design et de l'innovation technologique, du comportement et des habitudes d'achat des usagers, ainsi que des tendances actuelles et leur projection. Nos équipes analysent cette information et en tirent des conclusions de synthèse qui leur permettent de définir des hypothèses d'avenir, qu'elles valident et confirment dans le temps.

Elles comprennent que, grâce à leur travail, elles peuvent améliorer la vie des gens à travers leurs achats quotidiens et ont intégré ce concept comme base de leur entreprise.

Équipe Evvo Retail



Pep Valls
Conceptualisation / coordination



Ester Riba
Coordination des espaces



Anna Costa
Développement graphique



Enric Badia
Développement technologique



Carlos Mascó
Coordination gestion



Joan Torrents
Coordination logistique

Autres collaborateurs/trices du projet:

Daniel López	Roser Bagó
Maria Armengol	Mireia Sala
Ramon Enrich	Nil Castellort
Isma Miñano	Albert Mateu

PORCELANOSA Grupo est aujourd'hui une entreprise de référence sur le marché national et international, se basant sur des valeurs telles que l'innovation, la qualité et la confiance placée dans son équipe humaine, formée par près de 5 000 personnes, et sur l'attention portée à son environnement social. Avec plus de quarante-cinq ans d'expérience, le groupe est présent dans environ 150 pays à travers le monde. Parmi ses produits les plus innovants, on peut remarquer les surfaces technologiques K-Life, qui apportent un composant antibactérien résistant aux taches et qui améliore activement la qualité de l'air. Partant du minéral compact Krion® Solid Surface, K-Life représente un saut technologique qui permet aux éléments des projets, aux finitions ou aux ustensiles du quotidien de contribuer activement à leur nettoyage et à la qualité de l'environnement, améliorant ainsi la vie des usagers.



Project number 01	Project SuperLab www.evvoretail.com	Drawing SuperLab_Plan d'étage
		Scale 1/350@A4













SuperLab

by Evvo

superlabproject.com

evvoretail.com

porcelanosa.com

evvo 

PORCELANOSA Grupo