

N° 204 MAI 2020

TGC - Editions DAUVERS

12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 - olivier@olivierdauvers.fr

RÉOUVERTURE DES COMMERCES

Bienvenus les clients, vraiment ?

LES FAITS. Réouverture aujourd'hui 11 mai de la plupart des commerces. Dans tous les cas, les mesures de sécurité sanitaire ont été considérablement renforcées. Au point d'imposer des pratiques de protection aux clients et de limiter nombre de services habituels, pénalisant *de facto* la qualité de l'expérience d'achat.

Depuis des semaines, ils sont dans les starting-blocks : tous ces commerçants qui ont du fermer dans la précipitation le 14 mars, qui réouvrent après une longue préparation et, autant l'admettre, une bonne dose d'appréhension. Après des semaines d'absence, parfois interrompue de nouveaux services de retrait sans contact, les clients seront-ils au rendez-vous ? Et, si oui, dans quelles dispositions ? Prêts à rattraper les achats perdus ou – et c'est probable – plus exigeants que jamais sur la valeur des euros qu'ils dépensent.



Consommer va supposer une certaine faculté à... obéir !

Seule certitude : pour ouvrir, les commerçants ont tout revu de leurs procédures. Sans tabou. Car il fallait à la fois rassurer les salariés (et leurs représentants dont certains ont vu une immanquable occasion de se rendre incontournables) et les clients pour lesquels l'expérience d'achat va tourner au casse-tête... Qu'ils n'imaginent pas un instant profiter des conseils de vendeurs experts. "Aucun conseiller ne sera présent dans les rayons", lit-on sur le site

Leroy Merlin. Dit autrement, c'est *demmerdi dich*. Et inutile de changer de crémerie. "Nos magasins sont en libre-service", explique Castorama. "Aucune vente conseil ou sur-mesure", précise Weldom. En clair, c'est pas le moment de se mettre au bricolage pour les néophytes ! Et pour ceux qui seraient passés outre, **paiement en carte bancaire obligatoire chez Leroy Merlin et Castorama.**

Plus généralement, pas question de s'imaginer véritablement libre. Consommer va se mériter et supposer une certaine faculté à obéir !

Quelques enseignes alimentaires ont déjà montré la voie, contraignant par exemple les clients à se désinfecter les mains avant de rentrer. C'est le cas chez Géant par exemple. Et gare à l'étourdi... Le cerbère à l'entrée est là pour le rappeler à l'ordre !

Chez Decathlon, c'est gel et masque obligatoire. Et à ceux qui ne seraient pas équipés, l'enseigne offre la protection. Ça, c'est donc pour rentrer. Mêmes obligations pour... sortir. Avant la caisse, nouvelle désinfection obligatoire.

Naturellement, ces protections sont compréhensibles. Légitimes même. Vu des salariés qui s'exposent, il n'y a aucun doute.

Mais il n'est pas interdit d'imaginer que plus d'un client en sera contrarié. En premier lieu, car il n'y a aucune harmonisation entre enseignes (pourquoi les conseillers Decathlon sont disponibles alors que les vendeurs ont déserté les grandes surfaces de bricolage ?). Ensuite, car la contrainte, aussi entendable soit-elle, n'est jamais l'alliée de l'expérience client. D'évidence, faute de conseils, de manipulation ou de test, plus d'un client considérera que, finalement, l'achat en ligne est autrement moins contraignant. La sécurité absolue en prime.



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
l'analyse sans concession
du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

Olivier Dauvers