



Take Away au magasin Coop Maagplatz, Zurich:

Frais, délicieux et à emmener – la vente à l'emporter est tendance!

Les nouveaux «convenience shops» de Coop répondent à la perfection aux tendances du moment. Leur objectif est de vendre des produits alimentaires frais, préparés maison et destinés à une alimentation rapide et saine. C'est aussi l'objectif de la succursale Coop inaugurée fin 2014 à la Maagplatz de Zurich. Cette succursale n'en est encore qu'au début de

son existence tout en faisant déjà partie d'une histoire un peu plus large – celle d'une collaboration, couronnée de succès, de plusieurs années entre Coop et la société Beer Grill AG qui met en scène avec beaucoup de talent l'assortiment Coop de produits à l'emporter tout en en garantissant la bonne température.

Texte: Maja Hartmann, photos: Sheryl Fischer

Le voisinage de cette succursale Coop ne pourrait être plus exclusif. Elle se trouve en plein milieu du quartier en pleine mutation de Zurich-West et juste à côté du plus haut bâtiment de Suisse. La Maagplatz, située juste à côté de la sortie de la S-Bahnhof Hardbrücke qui met ce quartier en pleine effervescence à une distance de seulement trois minutes de la gare centrale, est un emplacement

optimal pour ce supermarché qui a été inauguré très récemment et répond de manière idéale aux tendances du moment avec une part extrêmement élevée de restauration à l'emporter.

Lorsque le monde des affaires rencontre un monde multiculturel

A Zurich-West, les caractères urbains et internationaux se mélangent au sein

d'une vie de quartier animée et multicolore. Le poulx de cette ancienne zone industrielle bat de manière intense, le dynamisme s'y ressent à chaque coin. Outre les bâtiments d'affaires, les restaurants, les clubs, les théâtres, les cinémas, les bars, les cafés et les hôtels, les centres de fitness, de yoga et de bien-être y poussent comme des champignons après une averse d'été et les nombreux



Ici, chacun peut composer individuellement son repas de midi de toute première fraîcheur!



petits magasins et les boutiques du quartier y présentent une scène multiculturelle qui lui donne l'ambiance incomparable qui est la sienne. Et là-haut brille fièrement le «phare de Zurich», la Prime Tower. Avec ses 126 mètres de hauteur, ses 40 000 mètres carrés de surface utile, ses 2000 places de travail et ses 36 étages, ce gratte-ciel représente bien plus qu'un simple bâtiment impressionnant. Il est aussi l'artère principale du quartier. Intégré dans un complexe architectural complexe qui comprend quatre immeubles, diverses voies de cheminement et une zone extérieure ressemblant à un parc, on s'y sent un petit peu comme sur un petit campus. «Chaque jour, environ 6000 personnes travaillent autour de la Maagplatz» explique Lahe Bajraj, gérant de la Coop Zurich Maagplatz.

Fréquentation élevée et longues heures d'ouverture

Il va de soi qu'un tel emplacement implique certains engagements: la succursale

Coop de Lahe Bajraj est ouverte chaque jour, du lundi au samedi, de 6 à 22 heures. C'est ici que viennent se restaurer, tôt le matin, les ouvriers, à midi les employés des bureaux environnants et le soir les habitants du quartier. Ou inversement. Entre-deux, chacun d'entre eux revient – que ce soit pour un café fraîchement moulu, un croissant pour la pause, un petit sandwich pour les quatre heures ou tout simplement pour faire les courses. La fréquentation de la succursale qui se définit comme un «convenience shop» est élevée. «90 pour cent de nos clients sont des employés de bureau de la Prime Tower» raconte Lahe Bajraj. «Environ 50 % des personnes qui travaillent ici fréquentent notre magasin. Cela commence très tôt le matin – ils viennent alors chercher le plus souvent un jus d'orange fraîchement pressé et un yoghurt fait

maison.» Jusqu'à 17 heures, l'assortiment à l'emporter représente environ 80 pour cent du chiffre d'affaires de cette succursale. Ce sont justement les offres de toute première fraîcheur qui sont le plus demandées. Salades, fruits, birchermüesli et yogourts: ici, l'on ressent très fortement la tendance vers une alimentation saine. «C'est justement la raison pour laquelle nous sommes tellement convaincus que l'assortiment à l'emporter très diversifié a un avenir assuré dans des emplacements tels que celui-ci» explique Martin Fürst qui a participé au développement du concept des «convenience shops».

Convenience Food: un concept couronné de succès

En 2009 déjà, Coop identifiait le besoin d'une restauration sur le pouce à l'emporter et ouvrait une première succursale



A croquer sans plus attendre: les produits de petite boulangerie de première fraîcheur sont mis en scène de manière très appétissante dans la vitrine Culinario Master de la société Beer Grill AG tout en étant maintenus à une température optimale.



comportant un important assortiment à l'emporter sur la Bahnhofbrücke à Zurich. Ce magasin-pionnier a connu un succès fulgurant. «Entre-temps, nous avons développé et optimisé les concepts et les avons adaptés de manière encore plus proche des besoins des clients» constate Martin Fürst face à Pot-au-feu. «A l'époque, nous vendions principalement des mets frits, des pizzas et des snacks. Désormais, l'assortiment compte également de nombreux aliments faits maison, frais et plus sains. C'est justement à cet emplacement que nous avons une clientèle qui désire consciemment se nourrir sainement. Cela débouche par exemple sur le fait que notre assortiment de mets chauds est complété par une plus grande diversité de légumes. Mais ce n'est pas le cas seulement ici: dans notre société, on observe de manière générale un besoin croissant d'une alimentation rapide mais néanmoins de qualité et variée. Or, nous tenons compte de cette évolution.»

Lahe Bajraj est celui qui décide ce qui se prépare dans son «convenience shop» à la Maagplatz: «Nous proposons chaque jour à nos clients des mets chauds frais tels que des gratins, des pâtes, des plats de riz ou des lasagne, du poulet rôti, diverses salades et des antipasti, des fruits frais et des produits de petite boulangerie encore chauds à l'emporter. Ici, il est possible de se composer chaque jour un repas sain et de haute valeur nutritive» souligne le jeune gérant. «De nombreux clients consomment les aliments achetés directement là-dehors, sur un banc de la place, d'autres les emportent au bureau ou à la maison ou alors ils profitent de notre secteur de restauration.» Il est vrai que la succursale Coop de la Maagplatz est l'une des rares à comporter également un secteur bistrot aux généreuses dimensions avec des tables et des chaises sur lesquelles il est possible de consommer les aliments achetés. «Le matin, le bistrot est également un lieu de rendez-vous très apprécié pour boire le café durant la pause» raconte Lahe Bajraj.

Parallèlement à l'extension de l'assortiment à l'emporter de Coop, l'entreprise a débuté une intense collaboration avec la société Beer Grill AG de Villmergen. «Déjà lors de l'aménagement de notre succursale de la Bahnhofbrücke il y a six ans, nous avons fait d'excellentes expériences avec les vitrines de Beer Grill» se souvient Martin Fürst. «Tout comme notre assortiment, les produits de la maison Beer Grill AG évoluent en permanence. Ils présentent de manière optimale notre assortiment de produits alimentaires «convenience» et soutiennent ainsi à la perfection notre concept à succès.» Ainsi, les diverses installations ont été uniformisées et remises au niveau technique le plus récent. Un design moderne aux lignes claires et des surfaces plates, en fait de très beaux éléments d'aménagement qui sont toutefois également fonctionnels. «Nous restons toujours ouverts à un échange ouvert et vivant d'idées avec nos clients de manière à trouver également pour eux les meilleures solutions» explique

Take Away



Croustillant, frais et sain: l'assortiment de salades, d'antipasti et de fruits répond à tous les désirs et se réjouit d'une grande popularité.



Willy Iten, Key Account Project Manager auprès de Beer Grill AG et conseiller de longue date des «Coop Convenience Shops».

Pour des coups d'œil séduisants

Avec la vitrine de vente Culinario Master, la succursale Coop de la Maagplatz à Zurich a misé, pour son équipement, sur un classique de la société Beer Grill AG ayant amplement fait ses preuves. En effet, cette vitrine multifonctions permet de mettre efficacement en scène pour la vente les mets les plus divers conformément à leur climat propre – c'est-à-dire sous vapeur chaude, chaud-sec, neutre ou contact-froid avec de la glace pilée. «Pour cela, il faut bien entendu également le bon éclairage» souligne le chef de projet

Willy Iten. Il sait quelle est l'importance d'une présentation optimale du point de vue tant hygiénique qu'optique des produits alimentaires: «Grâce à la commande spéciale Beer, il est possible d'éclairer les aliments de manière optimale avec une lumière chaude et/ou neutre.»

Comme chaque surface de vente dispose d'un aménagement différent et comme les besoins d'un client de la société Beer Grill AG peuvent également se modifier au cours du temps, la gamme Culinario Master est dotée d'une structure modulaire. Cela signifie qu'il est possible, à souhait, de la configurer, la réarranger et l'élargir. De plus, le Culinario Master se transforme en quelques tours de main d'un buffet libre service en une station de vente avec service. «Dans notre succursale, nous

en utilisons actuellement 39 unités, 13 vitrines pour des mets froids et 26 vitrines pour des mets chauds» explique le gérant Lahe Bajraj à Pot-au-feu. «Lorsque nous remarquons qu'il nous en faut même plus, nous pouvons tout simplement en ajouter un. C'est l'un des grands avantages de la gamme de meubles Culinario Master.»

Une tour chaude pour de délicieux poulets

L'assortiment que propose cette entreprise traditionnelle suisse de Villmergen comprend depuis peu le «Beer Hot Tower». Il s'agit de la solution idéale pour la présentation de snacks et de repas chauds déjà emballés et a tout spécialement été conçue pour l'utilisation dans les secteurs de vente à l'emporter de Coop. «Nous



La nouvelle star de l'assortiment Beer Grill s'appelle «Beer Hot Tower» et présente de manière optimale des mets chauds emballés.



avons constaté que les vitrines conventionnelles qui sont utilisées par exemple pour les poulets rôtis et d'autres mets similaires dans les supermarchés disparaissent entièrement à côté des vitrines de l'élégante gamme Culinario» explique Willy Iten. De plus, ces vitrines conventionnelles ne correspondent pas aux modules Culinario en raison de leurs dimensions différentes et devaient ainsi toujours être placées de manière séparée. Cela s'est fait sentir de manière négative sur les ventes des repas chauds préemballés. La société Beer Grill AG a ainsi décidé de créer une nouvelle vitrine pour la vente en libre service.



Equipé pour permettre une brève pause: le secteur bistrot est équipé de tables et de chaises hautes conçues dans un style urbain et confortable.

Une jeune équipe sur le chemin du succès (de g. à dr.): Lahe Bajraj, gérant de la succursale Coop de la Maagplatz à Zurich, et Samantha Fäs, gérante adjointe, se réjouissent de leur équipement livré par la société Beer Grill AG. A l'arrière-plan: le responsable de projet Willy Iten et le directeur marketing Lucien Denier de la société Beer Grill AG.



«Lors de la conception de cet équipement, nous nous sommes tout spécialement concentrés sur l'éclairage» dit Willy Iten. Sur la base de la constatation que «la lumière attire les gens», les développeurs ont veillé à faire ressortir tout spécialement les aliments emballés sans les soumettre pour autant à trop de chaleur depuis le haut. Cette chaleur ferait en effet brunir les emballages, ce qui aurait l'effet contraire de celui qui est recherché. «Nous avons désormais trouvé la combinaison optimale – tant du point de vue de l'optique que de celui de la chaleur.» Or, le succès remporté par ce nouveau produit donne raison aux spécialistes de la maison Beer Grill AG: il n'y a pas que la Coop qui soit enthousiasmée par le «Hot Tower». «Nous enregistrons de plus en plus de commandes pour ce modèle – il semble qu'il comble un véritable créneau sur le marché» se réjouit Willy Iten. L'histoire de ce succès peut donc se poursuivre...