



Migros Märtplatz, Bâle:

# “Migros Daily” – le nouveau concept Convenience

En novembre 2016, le magasin probablement le plus spécial de la Société coopérative Migros Bâle a été réouvert. Le magasin Migros Märtplatz surprend les clients à double titre: Entièrement combiné dans un style rétro, il propose un nouvel assortiment de produits de type Convenience. Pour la présentation appétissante des aliments chauds, on a fait appel à l'entreprise Beer Grill AG de Villmergen, laquelle a conçue sans plus attendre une vitrine de vente inédite...

*Texte: Maja Hartmann, Photos: Rolf Neeser*

Lorsque le premier magasin Migros (MM) de Suisse a été ouvert en 1952 à la Eisengasse à Bâle, ce fut une petite sensation: Une nouveauté était qu'un magasin d'alimentation en libre-service proposait également des articles ménagers et des textiles. Depuis lors, beaucoup de choses ont changé: en 1982, le bâtiment et le magasin à deux étages ont été modernisés et réorganisés. Après cela, c'est resté pendant longtemps relativement calme autour du magasin au centre de Bâle. En 2016, il était donc grand temps de procéder à un changement fondamental. Le magasin, situé dans un emplacement de premier choix, a été conçu pour répondre aux besoins actuels des clients en procédant à une rénovation complète. D'une part, l'ensemble de la technologie a dû être mis à la dernière pointe et, d'autre part, le système de guidage de la clientèle a dû être repensé:



Début novembre 2016, le magasin Migros Märtplatz a été réouvert dans un tout nouveau style. En ce qui concerne l'aménagement intérieur, les responsables ont entièrement mis l'accent sur la "nostalgie". L'intérieur prend l'esthétique du magasin des années 1950 et joue avec le suspense entre modernité et tradition. Pour les indications, des panneaux noirs avec des cadres en bois foncé ont été choisis. Les locaux ont été

partiellement recouverts d'un papier peint orange spécialement conçu pour Migros, et des photographies originales des années 1950 ont été apposées sur les murs. Même les étagères ont été peintes en noir pour compléter le style.

## Mise en scène culinaire



Guidage des clients pour favoriser les ventes à la Migros Märtplatz de Bâle: A l'entrée et à la sortie du magasin Migros se situe la zone des articles de consommation immédiate et de Convenience – avec les offres "Migros Daily" – dans les vitrines de vente, de présentation et de maintien au chaud "Culinario Master Duplex" de Beer Grill AG – positionnées de manière à ce que les clients puissent être approvisionnés en quelques minutes avec leurs produits de Convenience préférés et se rendre rapidement à la caisse.



### Installateurs de magasins avec du flair pour des produits sur mesure

Le fait que ce magasin Migros ne se présente pas comme un modèle classique ne réjouit pas seulement les clients, mais aussi Erich Rickenbacher, le directeur de l'entreprise Hans Rickenbacher AG de Läfelfingen, chargé de réaliser le nouvel intérieur. «La transformation a été très exigeante, mais d'autant plus passionnante. Il est toujours difficile de mettre en place les dernières technologies et le mobilier le plus récent dans un bâtiment du siècle dernier. Ici, à la Eisengasse, par exemple, nous avons dû faire face au fait que le sol présentait une inclinaison de 50 centimètres». Pour cette raison, tout le mobilier a dû être ajusté aux conditions d'une manière ou d'une autre. L'espace très limité a également posé des problèmes aux installateurs. «Par exemple, nous avons choisi de travailler avec des étagères moins profondes que d'habitude. Cela laisse plus de place à la clientèle pour se déplacer. Mais la variété de la gamme de produits peut tout de même être présentée de manière optimale», souligne Erich Rickenbacher à GOURMET.

### Une clientèle hétérogène, un large assortiment

Quel est le profil de la clientèle du magasin situé directement près de la place du marché de Bâle? «Le site est un défi», explique Thomas Jeger, responsable des ventes de produits gastronomiques auprès de la Société coopérative Migros Bâle, «car nous servons un public extrêmement hétérogène. D'une part, il y a les résidents qui ont besoin d'un magasin au centre où ils peuvent faire leurs courses quotidiennes. D'autre part, nous sommes entourés de bureaux et d'entreprises et avons donc de nombreux clients qui veulent se restaurer rapidement ou acheter les aliments les plus indispensables sur le chemin du retour.» Les touristes, les étudiants et les élèves se précipitent souvent pour grignoter un petit snack, avant de repartir aussitôt. En conséquence, le guidage des visiteurs et la gamme de produits ont été adaptés à la structure de la clientèle.

Les vitrines de vente, de présentation et de maintien au chaud "Culinario Master Duplex" de Beer Grill AG, sur deux étages, mettent en scène de manière optimale les produits Convenience et "Daily" de la Société coopérative Migros Bâle. Le matin, du pain salé et des produits de boulangerie sont présentés dans les vitrines de maintien au chaud à deux étages.



### Nouveau concept: "Migros Daily"

Avec le nouveau magasin Märtpplatz, la Société coopérative Migros Bâle met en œuvre un concept de supermarché qui sera lancé dans toute la Suisse sous le label "Migros Daily". «Il s'agit d'un nouvel assortiment de produits de consommation immédiate ultra-frais qui répond à la demande actuelle des clients en matière de produits de Convenience», explique Thomas Jeger. Les expériences faites à ce jour montrent que ce concept est une réussite. «Nous sommes très satisfaits du changement de l'assortiment de produits. Depuis sa réouverture, le magasin a enregistré une augmentation de la fréquence des clients d'environ 20% - cette augmentation est clairement à attribuer à la zone de Convenience», ajoute le responsable des ventes de la gastronomie. Ce sont surtout les menus chauds de midi, pouvant être emportés dans l'emballage en carton écologique de la ligne Migros Daily, qui ont convaincu le public. «Nous supposons que pendant la saison chaude, les salades fraîches, les sandwiches et le bircher muesli trouveront des débouchés encore plus importants», déclare Thomas Jeger.

### Changements de personnel

Afin de mettre en œuvre le nouveau concept, des changements du personnels ont également été effectués au magasin de Märtpplatz. Il faut notamment apprendre la manutention des aliments chauds et la présentation de l'assortiment des plats Convenience frais. «Nous avons eu la chance de compter sur Haluk Gür, un gérant de magasin qui était auparavant responsable d'un Take-Away de Migros. Il a donc une grande affinité pour les produits et des années d'expérience dans le management de l'infrastructure technique», explique Thomas Jeger. En outre, trois employés ont été formés à leurs nouvelles tâches, liées au passage à "Migros Daily".

## Mise en scène culinaire



À midi, l'accent est mis sur le menu "Migros Daily". Le gérant de magasin, Haluk Gür, veille personnellement à ce que les plats "Daily" soient toujours présentés frais, appétissants et conformes à la demande.



### Petite cuisine, courtes distances

La nouvelle Migros Märtplatz offre un large assortiment de repas rapides, allant des petits-déjeuners copieux avec café frais, salades variées, sandwiches et sushis, aux pâtes chaudes, pizzas et pâtisseries. Dans la nouvelle petite gastro-cuisine située juste à côté des vitrines réfrigérées et chauffées, les sandwiches sont fraîchement préparés, et les plats chauds et les pâtisseries sont fraîchement cuits et régénérés selon les besoins. «L'espace est très limité», déclare le gérant de magasin Haluk Gür à GOURMET, «mais il a été utilisé de façon optimale. Le fait que nous ne soyons qu'à un pas de la cuisine au comptoir, permet de remplir les vitrines rapidement et en toute sécurité.»

### Conception sur mesure également pour les vitrines

Ce sont précisément les vitrines, destinées à présenter le nouvel assortiment sous le meilleur jour, qui ont d'abord suscité une certaine inquiétude chez les installateurs de magasins. L'étroite surface commerciale située directement à l'entrée du magasin n'était pas facile à aménager. Tout devait être organisé de manière à ce que les aliments soient facilement accessibles, esthétiquement présentés et en même temps refroidis ou réchauffés de manière optimale. Erich Rickenbacher se souvient: «Il a été très vite évident que nous ne pouvions pas travailler avec des vitrines standard. C'est pourquoi nous avons fait appel aux spécialistes de Beer Grill AG. Nous savions qu'ils pouvaient concevoir une vitrine chauffante précisément comme nous le voulions». À la suite d'un appel à Willy Iten, chef de projet "Key Account" chez Beer Grill AG, les spécialistes de Villmergen ont entamé la conception d'une vitrine de vente appropriée. Sur la base du modèle éprouvé "Culinario Master" de Beer Grill AG, un comptoir chauffant a été construit, pouvant être intégré sur mesure dans le concept du magasin au Märtplatz.



Présentation optimale des aliments grâce à la technologie de commande éprouvée de Beer Grill AG: Grâce à l'éclairage chaud et/ou neutre réglable séparément et au libre réglage de la chaleur inférieure et supérieure, les comptoirs de vente et de présentation "Culinaro Master Duplex" de Beer Grill AG offrent toutes les variantes imaginables pour une présentation attrayante, incitant les ventes des aliments chauds.



Un partenariat réussi avec les fournisseurs: Thomas Jeger, responsable des ventes de produits gastronomiques auprès de la Société coopérative Migros Bâle, accompagné du directeur général Erich Rickenbacher de Hans Rickenbacher AG (à gauche) et de Willy Iten, chef de projet Key Account chez Beer Grill AG.

### "Culinaro Master Duplex" en action

«Ici, vous pouvez voir une "Culinaro Master Duplex" comme il n'en existe aucune autre», explique Willy Iten dans une interview avec GOURMET. «Nous avons ajouté huit unités de chauffe à double étage pour exploiter au mieux l'espace. Comme nous ne plaçons normalement pas plus de cinq unités à la suite, nous avons dû faire preuve de beaucoup de créativité dans la mise en œuvre. Nos développeurs ont été mis au défi – mais c'est ce qui fait la fascination de tels projets! Nous y voyons une opportunité de franchir de nouvelles étapes. Techniquement, tant de choses sont possibles, il suffit d'oser», souligne Willy Iten, chef de projet Key Account de Beer Grill AG.

### Commande fiable de Beer

Grâce à la commande fiable Beer de la vitrine "Culinaro Master", les aliments chauds de Migros Märtpplatz peuvent être présentés de manière optimale sur deux niveaux. Ils restent toujours frais et appétissants. Le dispositif facile à utiliser permet de contrôler individuellement les températures de chaque unité de chauffe. Avec le système de chauffe inférieur et supérieur réglable séparément et l'éclairage chaud et/ou neutre sélectionnable, le comptoir chauffant offre toutes les options possibles pour présenter les aliments exposés de la meilleure façon possible tout en conservant le goût et la qualité visuelle des plats.