



**HYBRIDE.** Le drôle d'engin de Carrefour est mis au point par l'agence InProcess.

# Des anthropologues planchent sur Mobi, le chariot du futur

**C**EN'EST PLUS TOUT À FAIT UN CHARIOT. Ni un porte-panier. Le drôle d'engin, baptisé Mobi, accueille jusqu'à 4 cabas en plastique, ainsi que des objets lourds – bouteilles ou couffin de bébé – dans sa partie inférieure. Et un logement a été ménagé dans sa poignée pour recevoir un smartphone : à terme, le client scannera lui-même les produits achetés. A la caisse, il paiera directement, sans avoir à décharger, puis recharger le chariot. Un gain de temps et d'énergie.

Cette plate-forme hybride, testée dans les rayons de quelques magasins Carrefour

en fin d'année dernière, a de quoi surprendre. Mais il va falloir s'y habituer : le distributeur envisage de remplacer le quart de son parc français de 500 000 chariots en métal par une solution de type Mobi.

## A l'affût des faits et gestes des utilisateurs

Carrefour a choisi de se faire accompagner par InProcess, une agence où les designers travaillent main dans la main avec des ethnologues et des anthropologues. Créée par Christophe Rebours, cette société a notamment travaillé sur le coffre modulable de la 3008 de Peugeot, sur la dernière boîte de Nesquik

pour Nestlé, ainsi que sur une brosse à mascara motorisée signée Dior.

Pour parvenir à ces innovations, l'observation des usages est la règle. « Nous déterminons d'abord des profils emblématiques de clients et de non-clients », détaille Christophe Rebours. Exemples, dans le cas de Carrefour : une mère de famille, le mercredi, avec ses enfants ; un couple de seniors ayant des problèmes de mobilité mais du temps devant eux ; un célibataire ultrapressé.

Une fois ces profils validés, les faits et gestes des utilisateurs sont scrutés durant des semaines sur le terrain. L'objectif : repérer les compor-

tements saillants et les signaux faibles, mais tendanciers. « Pour une mère, le chariot est un moyen de canaliser ses enfants, tandis que pour un couple de seniors il est quasi statique en bout d'allée, et eux rayonnent autour de lui comme des satellites. »

En croisant ces observations en magasins et des données macroéconomiques, des scénarios d'évolution des usages sont ensuite définis et affinés. Puis leur pertinence est éprouvée par des clients en immersion dans un magasin-laboratoire virtuel, avant que les designers ne les concrétisent en un prototype. © **QUENTIN DOMART**