

Gold Distrib : quand les distributeurs automatiques valent de l'or

Par Pascale Brousse*, 09/03/2012

Depuis trois ans, les distributeurs originaux fleurissent un peu partout. Témoin, l'opération temporaire CK One dans le métro parisien, la petite parapharmacie qui délivre 24h/24 des produits d'hygiène beauté ou encore, dans un registre décalé, un distributeur de maroilles dans le nord.



Commenter



Envoyer par mail



Imprimer



Partager

Un cran au-dessus. Il fallait oser mettre de l'or et des diamants dans une machine en libre-service. Celle-ci est accessible dans le mall huppé de High Street Phoenix, à Mumbai. L'initiative appartient au groupe indien Gitanjali, fondé en 1966, dont les bijoux sont par ailleurs distribués dans 4 000 points de vente – plus classiques.

Ce distributeur ATM "Go for Gold" donne accès à 17 produits et 36 choix de customization possibles (selon taille, design), depuis une pièce d'or à caractère religieux jusqu'à un pendentif en diamants (de \$ 20 à \$ 620). L'interface tactile donne accès à la fiche produit une fois celui-ci sélectionné (poids, qualité, prix) où l'onglet "Buy Now" apparaît en gros. Il suffit alors d'introduire du cash ou sa CB pour obtenir son précieux talisman.



À LIRE AUSSI

- ▶ Reliance : le groupe de distribution qui monte en Inde
- ▶ L'usage du smartphone explose chez les shoppers français
- ▶ Stand Clinique : le libre conseil en grand magasin
- ▶ Banana Republic : les Champs-Elysées s'américanisent de plus en plus !
- ▶ Hema : la puissance de la simplicité



Pour la petite histoire, il a été inauguré en octobre dernier en présence de la star de Bollywood, Raima Sen. Dans un pays où la demande de symboles religieux et de diamants est forte, et où la classe des "super riches" augmente, cette initiative audacieuse a du sens. Voilà une manière pratique et pragmatique pour le consommateur d'acheter un cadeau d'anniversaire ou de Saint-Valentin au dernier moment !



Le groupe prévoit déjà d'installer plusieurs douzaines de distributeurs prochainement, dans les centres commerciaux, les aéroports voire les temples hindous. Une stratégie de distribution qui pourra nous inspirer et nous inciter à sortir parfois de nos, trop, traditionnels lieux de vente.



* Pascale Brousse est cofondatrice du [blog www.nouveaux-concepts.com](http://www.nouveaux-concepts.com). Elle anime le contenu avec Frank Rosenthal (expert en [marketing](#) du commerce) et Christophe Protat (architecte d'intérieur et designer). [Retail Labo](#) reviendra vous donner un regard sur l'innovation dans le commerce tous les 15 jours.