

Prix d'Excellence 2021

Pricer - Innovation de la Digitalisation du Retail

— Interview Edvin RUUD, Directeur général de Pricer en France —

Pricer remporte le Prix d'Excellence de la Chambre de Commerce Suédoise en France pour son engagement et ses investissements soutenus sur le marché français depuis de nombreuses années ainsi que pour son exceptionnelle technologie logistique. En proposant des procédures simplifiées pour traiter des processus sophistiqués, cette technologie innovante favorise des solutions efficaces qui sont respectueuses de l'environnement dans la distribution et qui réduisent l'empreinte carbone par les économies d'énergie et une gestion optimisée des déchets alimentaires. Ces résultats ont permis à la société de conclure des partenariats de premier ordre et d'importants contrats sur le marché français hautement compétitif.

Pour commencer, toutes mes félicitations pour ce Prix d'Excellence, c'était une surprise ?

Oh, thank You ! Oui, c'était une vraie surprise ! Et comme nous avons célébré notre trentième anniversaire cette année, je pense que ce prix est en quelque sorte une reconnaissance de tout le travail que nous avons fait depuis des années en France. La France a toujours été un marché particulièrement important pour Pricer et certains de nos premiers clients dans le monde sont ici. Nous avons donc une très longue histoire dans ce pays.

Je vous demanderai, pour commencer, de brosser un tableau rapide de l'année écoulée

Dans le contexte du Covid, l'année n'a pas été facile mais elle a pourtant été enrichissante pour nous. D'une part, nous avons augmenté nos activités de façon substantielle et, d'autre part, nous avons pu constater dans les magasins de nos clients un changement dans l'efficacité des opérations,

dans l'optimisation et dans la digitalisation du travail. C'est une tendance que nous observons depuis plusieurs années mais que les turbulences qui ont accompagné la pandémie ont accélérée.



S.A.R. La Princesse Héritière Victoria de Suède et Edvin Ruud, Directeur général de Pricer en France

Digitalisation, le maître-mot...

La digitalisation est un grand mot qui couvre pas mal de choses dans la distribution. Elle rend le travail du personnel plus rapide, plus efficace, plus flexible et elle l'aide à s'adapter plus vite aux changements. Elle aide aussi les clients à trouver ce qu'ils cherchent dans les rayons. La pandémie a renforcé l'importance de la digitalisation. Les problèmes de personnel, de confinement, ont notamment amené les magasins à consacrer beaucoup plus de temps au commerce en ligne, *click and collect* à la clé. Mais la logistique en général s'en est aussi trouvée plus compliquée, avec des produits qui arrivent plus difficilement en temps voulu... Bref, pour avoir de bons résultats, la distribution doit adopter une démarche plus dynamique et flexible dans ses méthodes de travail. Il va de soi que notre technologie les y aide.

Quel est l'apport particulier de Pricer ?

Le système de l'étiquetage en soi n'est pas nouveau mais nous avons introduit quelques innovations très importantes. Nous vendons des étiquettes digitales ou étiquettes électroniques de gondole (EEG), une technologie très complexe. Au lieu d'afficher le prix sur une étiquette conventionnelle, nous avons fait en sorte que notre étiquette communique avec le personnel. L'une des fonctionnalités que nous fournissons est bien entendu de trouver rapidement la place d'un produit. Par exemple : un employé doit réapprovisionner un rayon et là, il se trouve devant un mur de vis et de boulons, tous différents mais qui se ressemblent. Il scanne le produit avec son terminal et, dans la seconde qui suit, l'étiquette flashe à l'endroit où le produit doit être placé. Nous appelons ce système « pick-to-light ». C'est un gain de temps considérable si l'on considère

la quantité de références contenues dans un magasin et qui se chiffrent par dizaines de milliers dans la distribution du bricolage.

Et pour la personne qui fait ses achats ?

Gain de temps là aussi ! Par exemple, vous allez faire des achats chez Carrefour. Vous entrez notre application client pour ce magasin sur votre mobile et là, vous obtenez une carte qui vous montre où se trouve le produit que vous cherchez, par exemple, un tournevis ou un certain type de poivre. Cette carte vous conduit alors directement au rayon concerné. Il ne vous reste plus qu'à appuyer sur le bouton et l'étiquette vous envoie un signal lumineux, un flash : c'est ici !

Une technologie qui permet aussi à la distribution de réduire ses effectifs

En fait, ce système libère les employés d'un travail extrêmement ennuyeux, voire pénible, celui d'étiqueter produit après produit ou de chercher l'emplacement exact de tel produit, et de se consacrer à un travail plus constructif, plus varié et plus qualifié. Par exemple, vérifier et compléter l'approvisionnement des rayons en permanence, traiter les commandes en ligne, veiller à l'aspect et à la bonne tenue du magasin... Ce n'est pas le travail qui manque.

Quel segment de la distribution vous intéresse en particulier ?

Notre premier domaine est l'alimentation. Notre base européenne est très forte, tout comme aux Etats-Unis et au Canada. Carrefour en fait bien entendu partie. Mais dans ce domaine, nous travaillons aussi avec d'autres grandes enseignes en France comme Leclerc, Intermarché... Et en deuxième position, nous avons le bricolage, un secteur très important pour nous et, lui aussi, en pleine croissance. En France, Confo-

rama travaille exclusivement avec Pricer mais nous fournissons également d'autres grandes enseignes.

Pricer face à la concurrence ?

Le marché sur lequel nous sommes est extrêmement compétitif. Je ne donnerai pas de nom mais nous avons des concurrents chinois, un concurrent britannique, un concurrent français... C'est un marché énorme et en expansion très rapide, mais nous avons un profil très particulier dans cette industrie. Nous sommes une société suédoise avec des valeurs suédoises profondément ancrées. La solution que nous représentons est très fiable, durable et robuste. Nous avons adopté une technologie différente de celle de nos concurrents de façon à nous

assurer de pouvoir servir au plus près les besoins de nos clients.

Tous vos clients réagissent-ils de la même manière ?

En fait, certains nous disent qu'ils n'ont pas besoin d'un tel niveau de performance aujourd'hui parce qu'ils ne veulent changer les prix des articles « qu'à l'occasion ». Or, compte tenu de la rapidité de l'évolution actuelle, peut-être que dans trois ans leurs besoins seront complètement différents. Ce que nous faisons est de leur fournir un système qui s'adapte à leurs besoins sur sept à neuf ans. Un système qui vit !



S.A.R. La Princesse Héritière Victoria de Suède, Edvin Ruud, Directeur général de Pricer en France et Helena Holmgren, President & CEO Pricer

Autre aspect intéressant de la technologie Pricer est le changement du prix d'un produit à l'approche de sa date de péremption. Une pratique courante aussi chez vos concurrents ?

Bon, dans cette industrie, chaque fournisseur est capable de modifier les prix, c'est une fonctionnalité de base, je dirai. Chez Pricer, nous savons faire cela très rapidement en temps réel et nous sommes hyper réactifs. Autre chose : quand vous vendez des produits dont le prix change fréquemment, il faut veiller à ce que votre prix magasin soit synchronisé avec le prix en ligne. Cela peut signifier plusieurs changements pendant une même journée, par exemple pour des lavabos ou des ordinateurs. Dans ce genre d'environnement, nous offrons une performance très élevée à nos clients.

Qu'est-ce qui confère au système de Pricer son exceptionnelle longévité ?

Nous disposons d'une technologie fantastique. Je ne vais pas entrer dans

les détails techniques mais en simplifiant, je dirai que l'étiquette communique par voie optique, pas par radio, avec le point d'accès du système, change le prix ou autres informations sur demande ou envoie un signal lumineux sur demande, et qu'elle peut faire cela pendant sept, huit ou neuf ans sans que sa batterie soit remplacée ou rechargée. Car cette e-étiquette, ce e-papier, ne consomme d'énergie que quand elle fonctionne. Donc, la consommation d'énergie de la batterie est très largement inférieure à celle des solutions alternatives et son empreinte environnementale s'en trouve réduite d'autant. Et quand vous avez quelque 60000 références étiquetées en magasin, vous pouvez imaginer ce que cela représente !

Comment s'annonce l'année qui vient ?

Ce ne sera pas du *business as usual* parce que beaucoup de choses sont en train de se passer qui transforment le marché de la distribution. Je pense que la période qui vient sera extrêmement intéressante !

**Propos recueillis par
Françoise Nieto**