

Comment Auchan twiste son concept pour conquérir le Vietnam

Présent depuis quelques années déjà au Vietnam avec une vingtaine de magasin, Auchan vient de passer à la vitesse supérieure en dévoilant récemment son nouveau concept de supermarché à Ho Chi Minh, conçu par en collaboration avec l'agence [Stories](#).



Un nouveau concept taillé pour s'adapter aux spécificités de consommation d'un pays de 80 millions d'habitants, dont la croissance économique et l'assouplissement des contraintes imposées aux investisseurs étrangers se conjuguent pour en faire un marché stratégique.

Mais, impossible de conquérir la clientèle locale avec un concept de supermarché directement inspiré du modèle occidental. Les vietnamiens sont en effet très attachés aux marchés de plein air où ils peuvent se restaurer à toutes heures de la journée. Et pour pas cher.



Aussi, le nouveau concept de supermarché s'ouvre sur l'extérieur et la rue grâce notamment à un comptoir boulangerie. Un bon moyen de capter à la fois l'attention des passants et susciter l'achat d'impulsion.



Une fois à l'intérieur, les clients découvrent la zone marché et son food hall où les clients consomment confortablement sur place -et au frais- des produits du magasin préparés sous leurs yeux.



Le rayon fruits et légumes s'inspire habilement des matériaux locaux (tôle ondulée, bois) traités avec une grande modernité.



Au final, une approche qui satisfait l'appétit des vietnamiens pour des solutions de restauration saines et économiques au sein d'une surface de vente moderne et confortable. Et qui évite les écueils d'un magasin qui serait déconnecté de la vie extérieure et pénalisé par une image prix défavorable.

Thanks to share this article

- [Cliquez pour partager sur Twitter\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquez pour partager sur Facebook\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquez pour partager sur Google+\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)
- [Cliquer pour imprimer\(ouvre dans une nouvelle fenêtre\)](#)