Transcription :

Des courses toujours plus rapides, sans caissière, avec paiement sur smartphone et bientôt des achats détectés instantanément par caméra biométrique. La tendance est à l'immédiateté et à la fluidité dans la grande distribution, mais pas aux Pays-Bas. Des supermarchés multiplient des caisses « rustig » c'est-à-dire « tranquilles », pour les clients qui veulent prendre leur temps.

- Je m'en occupe. Je vais mettre les courses dans votre sac.

- Souvent, quand un client prend son temps pour sortir sa monnaie pour payer, on voit les autres personnes dans la file derrière, lever les yeux au ciel, s'impatienter. Mais maintenant, ici, les gens savent bien que c'est une caisse lente.

Des caisses plébiscitées par les clients plus âgés qui se sentent moins oppressés.

- Je trouve ça chouette car même si les caisses sont bondées, on peut aller doucement. On ne doit pas courir, se presser.

- La dernière fois, j'avais perdu mon code de carte bancaire. Ils sont si gentils, ils m'ont aidée avec plaisir.

L'idée fait des émules. Une deuxième enseigne a lancé des caisses de bavardage. Car dans un paysage hyper concurrentiel, c'est aussi une manière d'attirer une clientèle âgée de plus en plus nombreuse.

- Les seniors se sentent ici comme à la maison, donc ils choisissent notre magasin, car les autres n'ont pas ce système. C'est unique. Il y a des clients qui viennent ici spécialement. Et vous voyez, ceux qui choisissent cette caisse, ont même des biscuits pendant l'attente.

Pour de nombreux clients, le supermarché redevient un lieu de vie sociale, parfois le seul.

- Quand tu viens ici, tu te dis: « Chouette, je peux dire quelque chose, je suis le bienvenu. » On peut prendre le temps de discuter avec les caissiers.

Les salariés s'y retrouvent aussi. Ils n'ont pas de formation spécifique, mais choisissent cette caisse sur la base du volontariat.