

LES MÉTIERS DE LA CONSO

ANIMATEUR MICRO



ST ETIENNE DE MONTLUC

LES MÉTIERS DE LA CONSO ANIMATEUR MICRO

Dominique Dumet, 53 ans,
samedi 30 novembre, Super U Saint-Étienne de Montluc (44)



A 53 ans, Dominique Dumet a une quinzaine d'années d'animation micro en magasins "au compteur".

Passionné d'animation depuis l'adolescence, il a longtemps cumulé ces prestations (mariage, fêtes, etc.) avec un emploi de vendeur TV / Hifi au Leclerc de La Rochelle. En 2009, alors qu'il s'apprêtait à remiser ses ambitions d'animation, c'est l'appel de l'hypermarché Carrefour de La Rochelle (devenu Hyper U depuis) qui le lance.

ANIMATEUR MICRO, C'EST QUOI ?

Pour les clients, il doit être l'apporteur de bonnes nouvelles (les promos) et celui qui fait passer un bon moment. Il "anime", il doit être en interaction avec eux, sinon il ne fait que lire le prospectus de la semaine. D'ailleurs, une animation réussie, c'est à la fois mettre l'accent sur les meilleures affaires du moment et déclencher des offres flash que les clients vont vraiment découvrir via l'animateur. Ce qui participe à lui donner un rôle.

ANIMATEUR MICRO, C'EST PARLER NON-STOP DE L'OUVERTURE À LA FERMETURE ?

Surtout pas ! **L'animation c'est un équilibre subtil et difficile à trouver entre la découverte d'offres intéressantes et l'oppression éventuelle d'un brouhaha incessant.** En clair, il faut savoir... se taire, entrecouper ses annonces de moments plus calmes. Certains l'oublient parfois, mais le carrelage n'est pas une "scène". Donc inutile de crier ou de parler non stop. Les clients ne sont pas là pour l'animateur. Mais l'animateur pour les clients.

COMMENT DEVIENT-ON ANIMATEUR MICRO EN SUPERMARCHÉ ?

Déjà parce qu'on aime tenir un micro. Et c'est en général un long parcours... J'avais 16 ans quand j'ai animé ma première fête de village. Puis j'ai touché à de nombreux métiers dont le micro est le point commun : DJ, animateur radio, "M. Loyal" d'événements, etc. L'animation micro en supermarché n'est qu'une dimension parmi d'autres de l'animation. Et donc qu'une partie de l'agenda d'un animateur.

CE QUI A CHANGÉ DANS LES ANIMATIONS MICRO ?

Déjà le nombre ! Il y en a moins aujourd'hui. La période Covid a marqué un changement assez



A Leclerc Hennebont (56), en octobre.



Avec le chef-boucher de Super U Saint-Étienne de Montluc (44) en novembre pour déclencher une opération paupiettes.

profond : dans la fréquence des animations (moins élevée qu'avant parce qu'une partie des budgets a pu être redéployée vers des missions de community manager pour les réseaux sociaux) et dans leur nature. C'est pas facile de vendre du rêve aux clients avec le prix du Nutella ou une vente flash au rayon poissons ! **C'est pour ça que l'animateur micro doit devenir un "créateur d'ambiance"** pour aller plus loin que donner des prix. C'est par exemple suggérer des utilisations des produits que l'on "pousse", voire des recettes. C'est aussi imaginer des jeux. On l'oublie souvent mais beaucoup de clients sont joueurs. Et c'est l'occasion de créer des "moments" qui auront rendu les courses des clients différentes de l'ordinaire.

CE QU'IL FAUT ÊTRE / NE PAS ÊTRE POUR UN ANIMATEUR MICRO...

Être avenant évidemment. **Aimer les gens auxquels on parle. Ce qui revient à les considérer.** Être aussi bien lucide que l'essentiel n'est jamais d'être entendu mais compris. Donc parler tranquillement, simplement et jouer des intonations pour créer le rythme nécessaire et éviter la monotonie. Et ce qu'il ne faut pas être ? L'inverse ! Distant, voire condescendant, ennuyeux, etc.

LA RELATION D'UN ANIMATEUR MICRO AVEC LE PERSONNEL DU MAGASIN ?

Comme avec les clients ! L'animateur est finalement à leur service. Donc charge à lui d'être pro-actif pour aider au commerce. Par exemple de suggérer des ventes flash. Certains managers de rayon ont bien compris l'intérêt qu'il y avait à "utiliser" l'animateur micro. Car il devient alors l'ambassadeur de leur rayon bien au-delà du rayon.



E. Leclerc
AMILLY-MONTARGIS



Un plateau de jeu pour les 40 ans du Leclerc de Montargis (45) en novembre.

COMMENT UN MAGASIN MESURE LA RÉUSSITE D'UNE ANIMATION MICRO ?

C'est difficile. A la différence d'un animateur produit, missionné et rémunéré par une marque, l'animateur micro est multi-produits / multi-rayons. Un ancien directeur d'hypermarché à La Rochelle me disait toujours *"Je ne peux pas quantifier l'animation mais je peux la qualifier"*. Ce qui revenait à dire que l'essentiel est ce que l'animateur aura donné à vivre aux clients davantage que ce qu'il aura contribué à mettre dans les chariots, parce que parfois difficile à compter.

LE COÛT D'UNE ANIMATION MICRO POUR UN MAGASIN ?

Variable selon deux critères. D'abord, le nombre de jours d'animation. D'un week-end vendredi/samedi à plusieurs semaines (jusqu'à 5 semaines me concernant pour l'opération la plus longue). Ensuite, second critère, la nature de la prestation incluant ou pas des jeux et le matériel qui va avec. Au final, c'est une fourchette entre 400 et 600 € par jour !

AVEC UNE BAGUETTE MAGIQUE, VOUS CHANGEZ QUOI DANS LE MÉTIER ?

Rien dans le métier lui-même, mais dans le donneur d'ordre. **Je cherche encore à comprendre pourquoi des grandes marques ne missionnent pas des animateurs micro qu'elles mettraient ensuite au service de leurs magasins-clients.** L'animateur pousserait notamment les offres de la marque (mais pas uniquement) et le magasin y trouverait son compte avec une animation d'ensemble.