

ÉTUDE DE CAS – LA VIE EN ROSE

L'EXPÉRIMENTATION TECHNOLOGIQUE AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT



Une idée audacieuse devenue réalité

En pleine pandémie, Éric Champagne, vice-président, technologies de l'information chez La Vie en Rose, lance une initiative audacieuse : un projet expérimental de système de paiement autonome sans contact. Cette idée, développée en collaboration avec la jeune pousse montréalaise LEAV, se concrétise en seulement trois mois avec une première version bêta déployée dans quelques magasins. Aujourd'hui, l'expérimentation se poursuit avec succès dans une vingtaine de magasins à travers le Canada.

Selon Éric Champagne, ce projet visait initialement à simplifier l'infrastructure physique en magasin et à améliorer le service client : « *Je cherchais une alternative aux caisses traditionnelles depuis longtemps. Avec cette solution, chaque client devient potentiellement une caisse autonome.* »



la Vie en Rose

Une entreprise tournée vers l'avenir

Depuis près de 40 ans, La Vie en Rose s'impose comme un détaillant reconnu de sous-vêtements, vêtements de nuit et maillots de bain au Canada. Avec une présence affirmée dans les centres commerciaux, les entrepôts et en ligne, l'entreprise compte actuellement 226 magasins et emploie près de 4600 personnes, permanentes et saisonnières confondues.

La technologie au cœur du projet

Le choix des outils numériques s'est porté sur une solution infonuagique, notamment en raison de sa facilité d'intégration aux systèmes de paiement existants et aux normes bancaires, simplifiant ainsi grandement le processus d'implantation. Le système utilise simplement le téléphone intelligent du client, qui doit balayer un code QR affiché en magasin ([voir vidéo](#)). Cette simplicité d'usage est un facteur clé de succès selon Éric Champagne : « *La technologie doit être intuitive et rapide pour être adoptée.* »

Un apprentissage collectif et progressif

Les employés de La Vie en Rose ont joué un rôle crucial dans cette expérimentation, malgré quelques difficultés initiales. Grâce à une adaptation rapide du processus permettant d'associer les transactions autonomes aux employés concernés, l'engagement des équipes a rapidement augmenté.

Le plus souvent, pour soutenir sa transformation numérique, l'entreprise mise sur la formation continue interne et externe, ainsi que sur une solide communauté de « super utilisateurs » pour accompagner les équipes dans l'apprentissage et le développement des compétences numériques.

Les retombées positives du projet

➔ Modèle d'affaires

Le projet introduit un nouveau canal transactionnel simplifié et réduit les contraintes d'infrastructure physique en magasin.

➔ Utilisation des données

Captation accrue des données client grâce au courriel, favorisant une relation marketing directe.

➔ Opérations

Réduction significative du temps d'attente aux caisses et optimisation de l'espace commercial.

➔ Qualité de l'information

Centralisation et précision des données transactionnelles.

➔ Expérience client

Fluidité et autonomie accrues pour les clients.

➔ Performance financière

Potentiel d'amélioration à long terme, bien que non quantifié précisément à ce jour.

Répercussion concrète sur les équipes

Les équipes de vente et de service à la clientèle ont été particulièrement touchées, voyant leur rôle évoluer vers une approche davantage centrée sur l'accompagnement et le conseil client. Ce changement a été bien accueilli après l'ajustement des processus internes liés aux commissions.

Une maturité numérique reconnue

Évaluant la maturité numérique de La Vie en Rose à 8 sur 10, Éric Champagne explique : *« Nous avons des solutions robustes et modernes sans systèmes obsolètes. Nous investissons continuellement dans la formation de nos équipes et intégrons seulement des technologies éprouvées et réellement bénéfiques à nos opérations. »*

Les défis d'une transformation innovante

Le principal défi reste l'optimisation du parcours client pour augmenter le taux d'adoption. *« Nous sommes en avance technologiquement, mais le client doit encore être convaincu d'utiliser systématiquement cette solution innovante »,* précise Éric Champagne.

Une culture numérique forte et partagée

La Vie en Rose bénéficie d'une culture numérique profondément enracinée, soutenue par une direction ouverte à l'innovation et aux changements organisationnels. Le dirigeant souligne également l'importance stratégique d'intégrer de jeunes talents : *« Embauchez des jeunes. Ils apprennent vite et sont prêts à expérimenter. Un bon équilibre entre jeunesse et expérience est essentiel. »*



Un regard confiant vers l'avenir

La Vie en Rose voit ce projet comme un tremplin vers une adoption généralisée des systèmes autonomes de paiement dans l'ensemble de ses boutiques. Le futur est envisagé avec confiance et enthousiasme, avec un accent sur le raffinement continu des solutions numériques et une attention accrue portée aux nouvelles technologies, comme l'intelligence artificielle.

Pour Éric Champagne, le message aux autres détaillants est clair : « *Ne vous reposez pas sur vos systèmes vieillissants. Quand vous êtes trop « confortable » technologiquement, il est temps de bouger et d'innover.* »



Propos tirés d'une entrevue avec monsieur Éric Champagne, vice-président, technologie de l'information, La Vie en Rose

Pour en savoir davantage sur l'entreprise : La Vie en Rose

Entrevue réalisée le 9 avril 2025

Pour tout renseignement ou commentaire concernant ce document, veuillez contacter :

Détail Québec

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 590, tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 393-0222
Ligne sans frais : 1 888 393-0222
Courriel : info@detailquebec.com

© 2025 Détail Québec

detailquebec.com