

Nuit du Commerce Connecté 2017 :

Franprix reçoit le Trophée Or dans la catégorie « Retailer le Mieux Connecté »

Des solutions digitales pour faciliter le quotidien de ses clients

Lundi 16 octobre, à l'occasion de la quatrième édition de la Nuit du Commerce Connecté*, Franprix s'est vu attribuer le trophée Or du « Retailer le Mieux Connecté » pour l'ensemble des solutions digitales développées en vue de faciliter la vie de ses clients. Près de 50 candidats issus du *retail* participaient à ces trophées, et dans sa catégorie, Franprix a été distingué parmi une dizaine de grandes entreprises issues des secteurs du tourisme, de l'agroalimentaire et de la grande distribution.

En combinant les avantages des achats physiques et ceux des achats en ligne (livraison à domicile, simplicité de paiement, absence de file d'attente), Franprix donne à chaque client la possibilité de manger sain et équilibré, sur le pouce ou au contraire en prenant son temps, grâce à un panel de solutions pratiques et adaptées. Franprix s'affirme ainsi dans une démarche « omnicanal affinitaire », vers une nouvelle définition de l'e-commerce de proximité.

Toujours plus de proximité pour des clients toujours plus connectés

L'ambition de Franprix est d'offrir à ses clients toujours plus de proximité, aussi bien en magasin que sur les canaux digitaux. Etre une enseigne « connectée » signifie « connectée » aux outils digitaux, certes, mais aussi et surtout, connectée à ses clients. L'enseigne cherche à offrir une proximité 360°, qui utilise tous les canaux à disposition pour un service optimal, et une proximité « affinitaire », c'est-à-dire finement adaptée afin de servir au mieux les besoins et intérêts de tous les clients dans leur parcours de vie au quotidien.

Les consommateurs retrouveront dans les magasins Franprix une **palette de solutions digitales** pour faciliter leurs achats, leur éviter de faire la queue, mieux les informer en temps réel sur les produits et leur disponibilité, etc. Premiers points de contact avec les consommateurs, les magasins bénéficient également de solutions digitales qui leur permettent d'optimiser leur efficacité ainsi que leur relation avec les clients.

Les dernières innovations digitales chez Franprix

De nouveaux systèmes de paiement qui simplifient les achats des clients

En caisse, les clients de Franprix ont désormais la possibilité de payer de façon **plus simple et plus rapide**, avec notamment le **paiement sur smartphone**, grâce à l'**application Lydia**, disponible dans **400 magasins**. Avec Lydia, Franprix souhaite simplifier la vie des urbains connectés, en quête d'efficacité et de fluidité dans leur vie de tous les jours.

Depuis plus d'un an, le développement des **caisses mobiles**, en complément des caisses classiques, permet aux clients de se faire encaisser directement dans le magasin, **sans qu'ils n'aient à faire la queue**. A ce jour, plus de 80 caisses mobiles ont été déployées chez Franprix, pour le bonheur des petits paniers et des urbains en manque de temps.

Ceux qui ont de plus gros paniers peuvent également opter pour l'option « **Partez sans payer** », qui donne l'occasion au client de faire ses courses en magasin et partir sans faire la queue. Les courses sont alors livrées à son domicile à l'heure de son choix et il paie au moment où il le souhaite.

Un bar à salade connecté

Depuis juillet, des magasins Franprix proposent aux clients un « bar à salade connecté ». Créée par Picadeli, cette solution unique sur le marché offre au client un vaste choix de salades à composer soi-même. Grâce à un système de froid et de réassort intelligent, la **fraîcheur et la qualité des produits sont garantis**, tandis que la sécurité alimentaire optimisée. Tout en ravissant les papilles des clients avec notamment des fruits et légumes qui changent selon les saisons.

Quels que soient les ingrédients choisis, le client paie un prix unique au kilo. Des écrans connectés lui fournissent également des **informations nutritionnelles** sur chaque aliment composant sa salade.

Aujourd'hui, une quinzaine de magasins proposent les bars à salade connectés, et ils seront une trentaine d'ici la fin de l'année.

Un nouveau site Internet et une application mobile

Franprix a également rénové son site Internet et a lancé une application mobile, qui permet entre autres aux clients de se faire livrer leurs courses ou des formules repas en 30 à 40 min, à Paris et en région parisienne. Disponible sur tous les mobiles, l'application permet de retrouver toute l'enseigne Franprix au plus près des besoins des consommateurs.

***A propos de la Nuit du Commerce Connecté**

La « Nuit du Commerce Connecté » est l'événement annuel qui réunit en une soirée tout l'écosystème du Retail, des Marques et du E-Commerce. Destiné aux PDG et DG, aux Directions Marketing, Digitales, Data et E-Commerce et à tous les acteurs du monde du digital, cette soirée met en lumière les plus grandes innovations de l'année et prend le temps également de faire intervenir, réagir et débattre les retailers mais aussi les prestataires sur des cas concrets de solutions mises en place. Les lauréats révélés en live sur la scène du Théâtre de la Madeleine ont auparavant passé un Grand Oral devant tous les membres d'un Jury de prestige. (voir Jury www.nuitducommerceconnecte.fr). La Nuit du Commerce Connecté est produite et organisée par MDC, animateur d'Ecosystèmes et animée par Marc Dumas, son Président, en collaboration avec Philippe Lehartel, animateur de réseaux.

À propos de Franprix

Avec ses 900 points de vente en Ile-de-France et dans les grandes villes du couloir rhodanien et de l'arc méditerranéen, Franprix, intégrée au groupe Casino, est l'enseigne de proximité des grandes villes métropoles. Franprix est très attachée à la dimension humaine du commerce. Ses points de vente font partie de la vie quotidienne de ses clients. Franprix propose une offre alimentaire complète et de qualité, qui répond aux attentes des citoyens en quête d'innovation, d'authenticité et de goût. L'enseigne propose également des services de proximité afin de faciliter la vie de tous les jours de ses clients. Son nouveau concept de magasins qui associe lieu de vente et lieu de vie, a été récompensé par le « Janus du commerce » décerné par l'Institut français du design (2015), ainsi que par les « Trophées LSA de l'Innovation » dans la catégorie « Concept alimentaire » (2015). En 2017, l'enseigne a reçu le Trophée LSA de l'Entreprise cross-canal de l'année.

CONTACT PRESSE :

Rebecca Hébert – 01 53 70 56 10

rhebert@groupe-casino.fr