



Information presse  
Juin 2017

**Trophées LSA 2017 :**

## **Franprix désignée « Entreprise cross canal de l'Année » Prix spécial du jury**

**Un prix saluant l'ensemble des solutions mises à disposition de ses clients**

Jeudi 1<sup>er</sup> juin, à l'occasion de la 3<sup>ème</sup> édition des Trophées LSA du Cross Canal\*, l'enseigne de distribution Franprix a été récompensée par le Prix spécial du jury « Entreprise cross canal de l'Année », distinguant l'ensemble de ses solutions. De la commande expresse sur mobile au paiement dématérialisé, Franprix a su innover en se montrant particulièrement actif et dynamique au service d'une clientèle urbaine nomade et multiconnectée.

Dans les prochaines semaines, Franprix proposera une nouvelle application mobile pour permettre à ses clients de commander leurs courses ou un repas chaud et être livrés en moins de 30 minutes. Après avoir imaginé un service similaire pour le petit déjeuner, Franprix étoffe encore sa palette de services et se fait toujours plus présente dans les moments de vie de ses clients avec cette application mobile intégrant différentes technologies telles que la géolocalisation, un programme de fidélité dématérialisé ainsi que de nombreuses actualités. L'application devrait aussi permettre de suivre son livreur en temps réel depuis son mobile.

Jean-Paul Mochet, Directeur général de Franprix : « Nous sommes très fiers d'avoir obtenu ce prix. En proposant des solutions innovantes, Franprix se met pleinement au service de ses clients. Grâce au cross canal, l'enseigne accompagne ainsi ses clients en prenant en compte le phénomène d'ubiquité spécifique à la vie urbaine ».

\*\*\*

### **Suivre les tendances des urbains connectés**

**Les Français passent en moyenne 4 heures par jour sur leur smartphone et leur ordinateur\*\*.**

Afin de se rapprocher toujours plus de ses clients et suivre le rythme virevoltant des urbains connectés, qui switchent aujourd'hui de leur téléphone à leur tablette, tout en se déplaçant en magasin pour compléter leurs achats, Franprix prend le parti de **mêler le physique et le digital**.

L'enseigne, spécialiste de la proximité dans les grandes villes, utilise ainsi conjointement **l'ensemble des canaux de communication (dimension 360°)** pour toucher les consommateurs et répondre adéquatement à leurs besoins, où qu'ils se trouvent.

En 2016, l'enseigne est allée plus loin en s'appuyant sur un important **écosystème de startups** pour **développer des solutions innovantes** et révolutionner le commerce de proximité. Ainsi, par exemple, les clients de Franprix pourront désormais **régler leurs achats sans avoir à sortir leur portefeuille** : grâce à un partenariat avec **l'application Lydia**, Franprix permet aux consommateurs de payer directement avec leur mobile en magasin ou pour la livraison à domicile.

## Répondre à tous les instants de consommation grâce au cross canal

Les tendances de consommation diffèrent en fonction du lieu, mais aussi du moment de la journée. Petit déjeuner, snacking sur le pouce, apéros et planches à partager... Pour satisfaire les gourmands à toute heure de la journée et répondre aux attentes des urbains pressés, Franprix a conçu des **formules et menus pratiques livrés à domicile ou au bureau en moins d'une heure**, disponibles sur des plateformes digitales multiples telles qu'Allo Resto, Resto-In ou encore Glovo.

## Accompagner le quotidien de ses clients

Grâce à ces applications innovantes, Franprix peut désormais mettre à disposition de ses clients des offres qui répondent toujours mieux à leurs attentes, au moment où ils en ont besoin. En s'appuyant sur la technologie innovante d'**Armis**, l'enseigne peut ainsi proposer des offres et des promotions en temps réel aux clients qui passent à proximité d'un magasin Franprix, et les inviter à en bénéficier, immédiatement, sur le point de vente le plus proche.

Ainsi, à l'occasion de l'ouverture d'un nouveau magasin Franprix, les clients qui passeront dans un rayon de 500 mètres recevront, dans les 3 jours suivant l'inauguration, une annonce sur leur smartphone pour les inviter à prendre un petit déjeuner dans leur nouveau magasin.

### \* Qu'est-ce que le cross canal ?

*Une stratégie de cross canal permet de s'adresser à ses clients en utilisant conjointement l'ensemble des canaux de distribution au lieu de les opposer. Au-delà de la distinction physique/digital, cette solution repose sur l'idée et le constat que le consommateur d'aujourd'hui va jongler entre différents modes de communication pour obtenir de l'information, la partager ou réaliser ses achats.*

**\*\*source enquête cabinet emarketer 2016**

\*\*\*

## Les Trophées LSA du cross-canal

- Une remise de prix unique réunissant plus de 100 dirigeants de la grande consommation
- Les dispositifs cross-canaux les plus innovants et performants récompensés par un jury d'experts reconnus
- Une remise de 8 trophées et de 2 prix spéciaux en présence de grandes personnalités du marché
- 8 catégories : Web to store, Store to web, Service in store, Stratégie Omnicanal, Réseaux sociaux, Application mobile shopping, Campagne de communication digitale, Coup de cœur du jury
- 2 prix spéciaux : Personnalités cross-canal et Entreprise Cross-Canal de l'année

## 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, ainsi que par les « Trophées LSA de l'Innovation » dans la catégorie « Concept alimentaire ».

### Contact presse :

Rebecca Hébert – [rhebert@groupe-casino.fr](mailto:rhebert@groupe-casino.fr) – 01 53 70 56 10