



Communiqué



Informations Covid-19



Depuis la mi-mars, nous sommes tous confrontés à une situation exceptionnelle et inédite qui nécessite de repenser notre façon de vivre et de travailler. Malgré les mesures de confinement qui engendrent une réduction des effectifs, sachez que nous restons à vos côtés pour vous aider à traverser cette période délicate.

Une hotline a été mise en place pour répondre à toutes les questions que vous vous posez concernant le Covid-19 (symptômes, etc.). Sept jours sur 7, de 7 h à 19 h, vous pouvez appeler le 01 60 91 64 64.



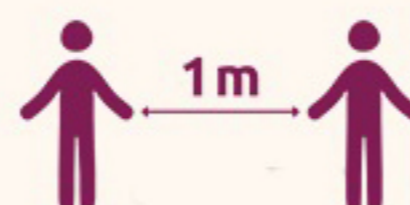
Nous vous conseillons par ailleurs de vous connecter régulièrement à votre intranet PoP pour avoir plus d'informations (procédures à respecter, affiches, attestations, etc.).

Point essentiel, pour éviter tout risque de fermeture administrative, n'oubliez pas d'apposer dans votre magasin les affiches (visibles de l'extérieur) ayant trait aux règles d'hygiène, aux stocks de marchandises (pour rassurer vos clients) et, bien sûr, de faire respecter les distances de sécurité.

Enfin, n'hésitez pas à contacter votre délégué commercial qui reste plus que jamais votre interlocuteur privilégié.

Au nom de toutes les équipes de Carrefour Proximité, je vous remercie pour votre engagement.

Serge De Clerck,
Directeur d'enseigne Proxi Région Nord



DANS CE NUMÉRO



Événements
Proxi, l'enseigne qui a de l'ambition



Ventes en poupe
L'adieu au « tout plastique »



Vis ma vie
La proximité au top dans les Hauts-de-France



Du côté de chez vous
Au côté d'un délégué expansion et d'un délégué commercial



Événements

Proxi
à votre service

Consommation

Proxi, l'enseigne qui a de l'ambition



Depuis deux ans, l'enseigne Proxi ne cesse de se développer. En 2018, 75 magasins Proxi avaient été ouverts. En 2019, ce sont 121 ouvertures, soit 15 000 mètres carrés de surface de vente supplémentaires, qui ont été comptabilisées.

Comment expliquer cette très belle progression ? Ces dernières années, le concept Proxi a su évoluer pour répondre aux attentes des consommateurs. Au-delà de la nouvelle identité graphique de l'enseigne, tout a été mis en œuvre pour adapter et faire évoluer l'offre marchande.

L'objectif visé ? Être au plus près des nouvelles tendances de consommation et satisfaire des clients de plus en plus exigeants. Ainsi, des outils plus modernes ont été mis en place, tel le cadencier dynamique qui permet de mieux travailler la détention en magasin et l'assortiment des produits bio, Carrefour et Reflets de France, a été élargi. Sans oublier l'essor des services (livraison à domicile, presse, gaz, point relais, Poste, etc.) grâce auxquels chaque exploitant se positionne comme référent de son quartier ou de sa commune.

En 2020-2021 le but est de maintenir le rythme de cette expansion de 120 ouvertures de magasin prévues par an afin de renforcer le maillage territorial.

Merci à tous les exploitants qui, en tant qu'ambassadeurs Proxi, nous aident au quotidien à faire avancer et évoluer notre enseigne !

Serge De Clerck,
Directeur d'enseigne Proxi Région Nord

“L'objectif visé ? Être au plus près des nouvelles tendances de consommation et satisfaire des clients de plus en plus exigeants.”



Tendance

Pique-nique & barbecue en extérieur



Dès que les premiers rayons de soleil font leur apparition, on ressort la plancha ou le barbecue. Plus qu'un mode de cuisson synonyme de partage et de convivialité, il s'agit d'un véritable mode vie qui séduit tout le monde. Alors, au rayon boucherie, pensez à bien mettre en avant les incontournables chipolatas et merguez mais aussi les brochettes, ribs de porc ou saucisses de Toulouse.

Du côté de la volaille, saucisses et merguez de poulet ou brochettes de dinde ont aussi leur mot à dire. N'oubliez pas non plus de faire le plein de sauces, ketchup

et mayonnaise. Enfin, un conseil, tâchez de toujours détenir un petit stock de charbon de bois pour pouvoir réagir dès que le soleil réchauffe les fins de semaines. Vos clients sauront apprécier.

Avec les beaux jours, soignez aussi votre offre snacking ! Sandwichs, wrap, salades composées, soupes froides du type gaspacho, chips... s'affichent au premier plan pour les pauses-déjeuners ou les repas sur le pouce rapides et savoureux.

Et aussi

● Pâques

Du 8 au 13 avril, animations et tombola dans les magasins Proxi participants. Pour Pâques, faites gagner un gaufrier à vos clients !

● Fête des mères

Et du 3 au 7 juin, pour la fête des mères, une brosse soufflante à gagner.



Les ventes en poupe

L'adieu au « tout plastique »

Chaque année en France, 100 milliards de produits en plastique jetables sont mis sur le marché. Si nombre de ces objets ne disparaîtront pas de notre quotidien du jour au lendemain, une série de mesures concrètes pourrait bien sonner le glas du « tout plastique » dans un avenir proche. Proxi News fait le point.



6 millions

La France produit à elle seule 6 millions de tonnes de plastique par an.



50 % des plastiques utilisés pour la consommation sont à usage unique.



8 à 12 millions

Entre 8 et 12 millions de tonnes de plastique finissent chaque année dans les océans.

1 Le plastique, c'est plus automatique

La société du « tout-jetable » arriverait-elle à son terme ? Depuis 2017, il est interdit de distribuer en caisse des sacs en plastique jetables et les consommateurs se sont très vite habitués à cette mesure. En janvier de cette année, de nouvelles interdictions pour aller plus loin dans l'élimination des plastiques de notre vie quotidienne, sont entrées en vigueur via la loi antigaspillage. Ainsi, depuis janvier sont interdits à la vente, la vaisselle jetable (verres, gobelets, assiettes) et les cotons-tiges. A partir de 2021, les pailles, couverts jetables, touillettes, couvercles des gobelets à emporter, piques à steak, tiges pour ballons, confettis en plastique et emballages en plastique pour les fruits et légumes de moins de 1,5 kg connaîtront le même sort.

2 Vive le vrac !

La vente en vrac (pâtes, riz, légumes secs, apéritifs, fruits secs, confiserie...) s'affirme de plus en plus en France où les emballages sont de plus en plus décriés. 37 % des consommateurs déclarent d'ailleurs acheter des produits en vrac en dehors des fruits et légumes frais. A l'instar d'Anne-Sophie Gaugue et Xavier Vasseur du Proxi Super de Roncq (voir la rubrique [Vis ma vie](#)), certains exploitants se lancent dans ce type de vente. Une tendance d'avenir puisque la loi antigaspillage favorise d'ici à 2023 la vente en vrac et prévoit que tout consommateur puisse demander à être servi dans un contenant apporté par ses soins, dans la mesure où ce dernier est propre et adapté à la nature du produit acheté.

3 Objectif zéro plastique

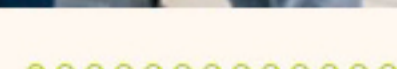
La disparition d'autres produits à base de plastique se fera ensuite progressivement. En 2022, les jouets en plastique distribués gratuitement dans les chaînes de restauration rapide seront proscrits. La mise à disposition d'une fontaine à eau dans les lieux accueillant du public deviendra obligatoire. Et, en 2040 au plus tard, tubes de dentifrice, bidons de lessive, pots de yaourts ou encore bouteilles de shampoing en matière plastique ne feront plus partie de notre quotidien.

4 « N'oubliez pas votre ticket ! »

Cette petite phrase, avec la loi antigaspillage, ne devrait bientôt plus être systématique. En effet, le ticket de caisse sera bientôt facultatif. Seront concernés les transactions en dessous de 10 € à partir du 1^{er} septembre 2020, de 20 € au 1^{er} janvier 2021 puis en dessous de 30 € à l'horizon du 1^{er} janvier 2022. Bien sûr, les clients qui le souhaitent pourront toujours obtenir un ticket.



Vis ma vie



La proximité au top dans les Hauts-de-France



Bientôt dix ans qu'il n'y avait plus de commerce alimentaire dans ce quartier de Roncq, commune de la métropole lilloise. L'ouverture d'un Proxi Super par deux « enfants du pays » a redonné le sourire aux habitants. Histoire d'une belle rencontre !



Roncq (59) : 13 600 habitants

Création Proxi Super : 2019

Surface de vente : 110 m²

Ouvert 6 jours/7

Clients/jour : 100

Panier moyen/jour : 10 €

Le maire de Roncq en avait fait la promesse à ses administrés : un commerce alimentaire ouvrirait bien dans le quartier du Blanc-Four, à Roncq. Ce quartier était déjà doté d'un débit de tabac, d'un coiffeur, d'une pharmacie, d'une mercerie, d'une salle de sports ou encore d'un pôle médical... Manquait la supérette bien approvisionnée qui donnerait vraiment vie à l'ensemble. Seulement, il fallait trouver la bonne combinaison : le promoteur qui construirait le bâtiment sur le dernier espace libre du quartier, l'enseigne qui saurait répondre aux besoins de proximité des habitants, et les gérants idoines.

De son côté, le délégué expansion Proxi (voir la rubrique [Du côté de chez vous](#)), était à l'affût depuis 3 ans. Pour lui, cet emplacement toujours vacant était idéal pour ouvrir un Proxi Super. Et puis, il y avait Xavier Vasseur et Anne-Sophie Gaugue. Tous deux originaires de Lille. Lui, après avoir effectué sa carrière en région parisienne comme responsable commercial dans la télévision (cars-régies, plateaux de télé...) était en quête d'une reconversion. Elle, après une expérience commerciale d'une vingtaine d'années dans la joaillerie, la cristallerie et le prêt-à-porter féminin, avait aussi envie de revenir à ses racines mais, surtout, de renouer des liens forts avec une clientèle de proximité. « *En région parisienne, nous n'arrivions plus à nous épanouir professionnellement* » constate-t-elle.

Il aura fallu un bon alignement des planètes, soit un rendez-vous chez Pôle Emploi pour Xavier Vasseur qui lui permettra de découvrir l'enseigne Proxi, le professionnalisme du délégué expansion qui, étude de marché à l'appui, saura convaincre de la solidité du projet, et la volonté du maire, bien décidé à tenir ses promesses, pour que le Proxi Super tant attendu ouvre ses portes le 27 novembre 2019.

« Toutes les semaines, je commande de nouveaux produits pour être au plus près des demandes de mes clients »
Anne-Sophie Gaugue

Depuis, nos deux exploitants nouvellement lancés dans le secteur mais très expérimentés s'agissant de la vente et de la relation clientèle ne cessent de peaufiner leur magasin qui compte environ 1 500 références. « *En général, les gens disent qu'on trouve de tout ici* » souligne Anne-Sophie qui ne se repose pas sur ses lauriers pour autant. « *Il faut sans cesse être attentif aux besoins des clients. Analyser ce qui se vend bien, ne pas s'acharner à proposer des articles qui ne semblent pas correspondre aux besoins, retravailler régulièrement les rayons* » précise-t-elle.

Pour répondre à toutes les demandes, ils proposent aussi des produits locaux (fromages de la ferme du Vinage, viande de la Butte près de Bergues), des poulets grillés les samedis et dimanches midi, un rayon dédié aux produits bio et en vrac (fruits secs, riz, lentilles, céréales, pâtes...), sans oublier le pain et les viennoiseries et la livraison à domicile.

Pour lutter contre le gaspillage, fidéliser leurs clients et en recruter de nouveaux, ils adhèrent également au service de paniers d'invendus Too Good to Go*.

Ces premiers pas dans le commerce de proximité semblent les combler. « *Il y a beaucoup de choses à apprendre au début. On teste, on découvre, on commet des erreurs, mais notre délégué commercial est là pour nous accompagner, répondre à nos questions* » se réjouit Anne-Sophie qui se dit pleinement épanouie dans cette activité qui ne laisse que peu de temps libre mais offre le plaisir du contact et de la rencontre. Le moral est au top dans les Hauts-de-France !

* Too Good to Go est une start-up avec laquelle Carrefour Proximité a signé un accord de partenariat. Les exploitants Proxi qui le souhaitent peuvent bénéficier de ce service qui consiste à passer les invendus du jour en casse et les dates courtes pour constituer des paniers surprise d'une valeur de 12 € vendus 3,99 €. Si l'adhésion vous intéresse, inscrivez-vous sur : [Too Good to Go](#)



Du côté de chez vous

Aux côtés d'un délégué expansion et d'un délégué commercial

3 Questions à...

Jean-François Touffait, délégué expansion, et Carl Van Tichelen, délégué commercial, qui ont participé tous deux à l'ouverture du Proxi Super de Roncq (voir la rubrique Vis ma vie). L'occasion de mieux comprendre la complémentarité de leurs métiers.

1 Quel est votre parcours professionnel ?

Jean-François Touffait : Après un début de carrière dans l'Éducation nationale, je suis entré au sein du groupe Carrefour il y a dix ans. D'abord comme conseiller libre-service puis en tant que coordinateur d'enseigne 8 à Huit et Carrefour Express. En 2014, j'ai intégré l'équipe Proxi en qualité de délégué commercial avant de prendre le poste de délégué expansion début 2019.

Carl Van Tichelen : J'ai débuté dans le jeu vidéo, avant de partir deux ans en Australie. À mon retour j'ai intégré Carrefour Proximité comme conseiller libre-service Carrefour Contact et Carrefour City. Trois ans plus tard, je suis passé conseiller en marchandise générale, et je suis désormais délégué commercial Proxi.

2 Comment définiriez-vous vos métiers respectifs ?

J.-F. T. : Le délégué expansion a pour mission de développer le parc de magasins Proxi, c'est-à-dire de rechercher de nouveaux points de ventes (création et reprise) et de nouveaux exploitants. Il lui appartient donc de prospecter, d'aller sur le terrain, de rencontrer les élus locaux, de visiter des locaux disponibles... A cela s'ajoute la partie négociation, montages financiers, plans d'exploitations prévisionnels, signature de contrats.

C. V. T. : La mission première du délégué commercial est de développer le chiffre d'affaires du parc de magasins Proxi existant. A ce titre, il accompagne les exploitants auxquels il peut dispenser des conseils en termes d'assortiments, de services, de réaménagement... Il est aussi un courroie de transmission entre les services support, la direction régionale et les exploitants. Bien sûr, il est aussi étroitement associé à la création de nouveaux magasins.

3 Prenons l'exemple de l'ouverture du Proxi Super de Roncq. Quel a été le rôle de chacun ?

J.-F. T. : Lors d'une création de magasin, il y a une très forte interaction entre nos deux métiers. Dans le cas de Roncq, il y avait la volonté d'un promoteur de bâtir un immeuble et celle du maire d'y implanter un magasin. Après discussion, j'ai très vite fait savoir que je portais de l'intérêt au site. Mais avant d'aller plus loin, je devais faire une étude de marché et monter un compte d'exploitation prévisionnel. C'est là où Carl est intervenu !

C. V. T. : En effet, Jean-François m'a fourni les plans du local vide, grâce auxquels j'ai pu réaliser le plan d'implantation, chiffrer son aménagement, le stock marchandises et lancer des devis.

J.-F. T. : Ces éléments m'ont permis d'établir le plan de financement puis de négocier avec le promoteur avant de passer en phase de recrutement. M. Vasseur et Mme Gaugue se sont portés candidats et j'ai eu le plaisir de les accompagner pour le montage financier, la signature des contrats, etc. A l'issue de quoi je leur ai présenté leur délégué commercial.

C. V. T. : Ensemble, nous avons défini leur projet commercial et arrêté une date d'ouverture. Dans l'intervalle, j'ai assuré le suivi des livraisons matériels, passé les commandes, supervisé les livraisons de marchandises, et bien sûr implanté le magasin. Durant la première semaine d'ouverture, nous étions à leur côté tous les jours. Et trois mois plus tard, le compte d'exploitation prévisionnel réalisé par Jean-François reste une bible à laquelle je me réfère au quotidien pour analyser les chiffres de ce nouveau Proxi Super. Mener à son terme l'ouverture d'un magasin, c'est bien, mais notre objectif commun est surtout d'installer une affaire pérenne.



Jean-François Touffait

Ancienneté : 10 ans

Mission : développer le parc de magasins Proxi.

Sa vision du métier : c'est un métier **enrichissant** qui procure beaucoup de fierté lorsque, comme dans le cas du Proxi Super de Roncq, le projet aboutit. Les qualités d'un bon délégué expansion ? Être **autonome, curieux** et avoir un peu de culot !



Carl Van Tichelen

Ancienneté : 5 ans

Mission : développer le chiffre d'affaires du parc de magasins existant et accompagner les exploitants.

Sa vision du métier : c'est un métier très **complet** qui nécessite d'être un **touche-à-tout** afin d'accompagner au mieux les exploitants dans le développement de leur chiffre d'affaires.

Direction régionale Nord :

1 directeur, 1 délégué expansion,
3 délégués commerciaux,
1 assistante d'enseigne