



## Édito



## Les bons réflexes pour 2021



Durant l'année 2021, notre enseigne va poursuivre son processus de modernisation. Au terme du premier trimestre, les outils informatiques mis en place l'an dernier devraient encore évoluer. Votre cadencier dynamique, notamment, sera doté de nouvelles fonctionnalités vous permettant de gérer de manière encore plus performante votre magasin et vos assortiments.

Les assortiments... parlons-en justement. Les travailler au moins deux fois par an est la clé pour optimiser votre chiffre d'affaires. Pour cela, reportez-vous au fichier « top des ventes » à disposition des Délégués Commerciaux. Vous serez assuré de détenir, pour chaque famille de produits, la gamme correspondant aux attentes de vos clients. Et n'hésitez jamais à faire appel à votre délégué commercial qui dispose de tous les outils pour vous aider à booster vos ventes.

Autre bonne pratique à ancrer dans vos habitudes pour un développement commercial optimal : bien anticiper les thématiques saisonnières. Vous trouverez dans cette newsletter une liste des événements, fêtes, célébrations, qui sont autant d'occasions de mettre en place les produits les plus adaptés, synonymes de chiffre d'affaires additionnel.

Enfin, ayez le réflexe PoP, et connectez-vous chaque jour à votre intranet, au moins dix minutes. Ainsi, vous serez au fait de toutes les actualités qui vous aideront à anticiper et à faire grandir votre affaire.

En ce début d'année, je tiens à vous adresser, à vous et à vos proches, tous mes vœux de bonheur et de prospérité.

Sylvain Rougé,  
Directeur régional Proxi



## DANS CE NUMÉRO



Événements  
Vos rayons au fil des saisons



Ventes en poupe  
Snacking et plats cuisinés,  
la tendance gagnante



Vis ma vie  
Recette gagnante à Tantonville



Du côté de chez vous  
Aux côtés d'un délégué commercial  
et d'un conseiller métier





# Proxi News

La newsletter des magasins Proxi #5 janvier-mars 2021













Édito | Événements | Les ventes en poupe | Vis ma vie | Du côté de chez vous

## Événements



## Vos rayons au fil des saisons

Vous le savez toutes et tous : bien anticiper les thématiques saisonnières est l'une des clés pour un développement optimal de votre commerce. Alors, pour n'oublier aucun des événements, fêtes, foires, célébrations, qui sont autant d'occasions de mettre en place les produits les plus adaptés et d'animer vos rayons au fil des mois, Proxi News vous a préparé un petit calendrier que vous pouvez aussi retrouver sur votre intranet POP.

 <b>Janvier</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Galette des rois</li> <li>Nouvel An Chinois (entre le 21 janvier et le 19 février)</li> </ul>	 <b>Février</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nouvel An Chinois (entre le 21 janvier et le 19 février)</li> <li>Chandeleur</li> <li>Saint-Valentin</li> <li>Mardi gras</li> </ul>
 <b>Mars</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fête des grands-mères</li> <li>Saint-Patrick</li> <li>Bière de printemps</li> <li>Préparation de Pâques</li> </ul>	 <b>Avril</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pâques</li> <li>Foire aux vins de printemps</li> </ul>
 <b>Mai</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Muguet</li> <li>Fête des mères</li> </ul>	 <b>Juin</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coupe d'Europe de foot</li> <li>Fête des pères</li> <li>Fête de la musique</li> </ul>
 <b>Juillet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vacances d'été</li> <li>Tour de France</li> </ul>	 <b>Août</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vacances d'été</li> <li>Préparation de la rentrée scolaire</li> </ul>
 <b>Septembre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rentrée scolaire</li> <li>Foire aux vins d'automne</li> </ul>	 <b>Octobre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fête des grands-pères</li> <li>Halloween</li> </ul>
 <b>Novembre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Toussaint</li> <li>Beaujolais nouveau</li> <li>Calendrier de l'Avent</li> <li>Collecte des banques alimentaires</li> </ul>	 <b>Décembre</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Saint-Nicolas</li> <li>Téléthon</li> <li>Fêtes de fin d'année</li> </ul>

### Outils numériques

## Communiquer, c'est simple !



Courant janvier, Carrefour Proximité mettra à disposition de tous les exploitants Proxi une plateforme internet. Nommée La Fabrique à Comm', cette plateforme vous donne accès, en toute autonomie, à de nombreux supports de communication pour offrir plus de visibilité à votre magasin : des bâches et voiles personnalisables, des goodies à offrir à vos clients les plus fidèles (ballons, casquettes, mugs, raclette antigivre, sac à dos, stylos, etc.) mais aussi des badges, contours étiquettes,

affiches promo, vignettes anti-gaspi, etc. Au fil des mois votre plateforme s'enrichira de nouveaux supports. Pour accéder à La Fabrique à Comm', c'est très simple, il suffit de se connecter à : [www2.gocadservices.com/carrefour-proximite](http://www2.gocadservices.com/carrefour-proximite), et de créer votre compte personnalisé. Vous pouvez également trouver les différents modes opératoires sur l'intranet POP.



Contact



## Les ventes en poupe

## Snacking et plats cuisinés, la tendance gagnante

Au fil des ans, les Français modifient leurs habitudes alimentaires : passant moins de temps à cuisiner, ils consomment davantage de plats préparés et se font plus souvent livrer leurs repas. Parallèlement, les solutions repas à emporter se sont fortement développées, facilitant la restauration sur le pouce. Pour répondre à cette tendance, Proxi a une carte à jouer !



24 %

Des repas en France sont aujourd'hui pris hors domicile<sup>2</sup>.

2 Kantar World Panel.



-26 %

Le temps consacré par les Français à la préparation du repas a diminué de 26 % en 25 ans<sup>3</sup>.

3 Données Planétoscope.



4 %

Les Français consacrent 4 % de leur budget alimentaire (hors restauration) aux plats préparés<sup>4</sup>.

4 Données Planétoscope.

## 1 En mode snacking

Côté déjeuner, on observe un bouleversement dans les habitudes de consommation. Les salariés sont de moins en moins nombreux à consacrer du temps à leur pause du midi. Résultat, les ventes de solutions repas à consommer sur le pouce, chez soi si l'on est en télétravail ou au bureau explosent et le marché du snacking est en pleine ébullition. Aujourd'hui, le snacking du midi concerne 57 % des consommateurs. Il séduit principalement les jeunes de 18-34 ans à 80 % et 68 % des 35-49 ans<sup>1</sup>.

1 Données Planétoscope.

## 2 Bon Appétit : la bonne marque à détenir

Pour satisfaire vos clients, ayez le réflexe Bon Appétit ! La marque Carrefour Bon Appétit propose une gamme gourmande et variée de sandwiches, wraps, bagels, salades, snacks chauds et desserts (en tout plus de 130 produits) qui nourrit toutes les envies. De plus, Bon Appétit répond aux attentes grandissantes des consommateurs en termes de qualité et de transparence. Nouveauté : une gamme de salades pour la plupart sans conservateur et sans arôme artificiel, et toutes garanties A ou B en Nutriscore.

## 3 La solution traiteur

Pour répondre à la demande de vos clients, n'hésitez pas non plus à nouer des partenariats avec des artisans locaux (charcutier-traiteur, boulanger, etc.) afin de proposer en semaine une gamme de plats cuisinés à emporter, de quiches, de tartes salées... Faites l'acquisition d'une rôtissoire : succès garanti ! Et si votre magasin s'y prête, pensez aussi à aménager un espace convivial avec four à micro-ondes en libre-service, machine à café, table mange-debout. Une formule qui est source de chiffre d'affaires additionnel et que vos clients « nomades » apprécieront, sans aucun doute.

## 4 Les plats tout chauds en libre-service

Et puisque nous sommes au cœur de l'hiver, soignez aussi vos rayons plats cuisinés à réchauffer, en mettant l'accent sur les plats traditionnels, nutritifs et savoureux. Les gammes des marques Carrefour et Reflets de France sont riches en choucroute, bœuf bourguignon, couscous, hachis Parmentier, gratin dauphinois, lasagnes, petit salé aux lentilles... Pensez aussi à mettre en avant, le fromage à raclette, les assortiments de charcuterie et les sachets de pommes de terre micro-ondables pour satisfaire toutes les envies de plats chauds et vite préparés.





# Proxi News

La newsletter des magasins Proxi #5 janvier-mars 2021

Édito | Événements | Les ventes en poupe | Vis ma vie | Du côté de chez vous

## Vis ma vie



## Recette gagnante, à Tantonville



Rien ne semble arrêter Anthony Noël ! Un an à peine après l'ouverture de son premier Proxi Super à Tantonville, Meurthe-et-Moselle, notre jeune exploitant a décidé d'en ouvrir un deuxième près de Metz. Récit d'un succès.

📍 Tantonville (54) : 680 habitants	🕒 Ouvert 7 jours/7
🗓️ Création : 2019	👤 Clients/jour : 140
🏠 Surface de vente : 80 m <sup>2</sup>	🛒 Panier moyen : 13,80 €

Le dernier magasin d'alimentation de Tantonville avait fermé en 2013. La mairie, ainsi que le propriétaire d'un bel ensemble doté d'un local commercial, avaient la volonté de redynamiser ce village de brasseurs.

De son côté, Anthony Noël avait soif de changement. À 27 ans, une licence en poche et plusieurs années passées dans une chaîne de restauration rapide dont il avait gravi un à un les échelons jusqu'à devenir directeur d'un centre de profit, le jeune Lorrain aspirait à autre chose. « *Je souhaitais poursuivre dans le commerce mais en étant à mon compte. J'avais surtout besoin de vrais contacts. Pour moi, le relationnel est essentiel* » explique-t-il.

Il commence à prospecter et, grâce au délégué expansion Carrefour Proximité de la région Est, découvre ce local idéalement situé sur un axe très passant - la départementale reliant les Vosges à Nancy - et implanté dans le village de Tantonville, au pied de la colline de Sion, soit un lieu touristique.

Son dossier est solide, tout le monde le suit. « *Grâce au délégué expansion, au conseiller métier, au délégué commercial... et à ma banque qui ont cru en mon projet, je me suis senti très bien accompagné* » se souvient-il.

**« La proximité, c'est l'avenir, j'en suis convaincu. »**

Quelques mois plus tard, c'est-à-dire en août 2019, il ouvre son Proxi Super conçu comme un lieu d'échanges multiservices. Les clients répondent immédiatement présents et, de mois en mois, se montrent de plus en plus fidèles. La recette de son succès ?

Une amplitude horaire (journée continue sans interruption et ouverture jusqu'à 21 heures) et des services très larges : Relais colis, retrait d'argent, vente de cartes de pêche, dépôt de gaz, livraison à domicile, tabac, presse, point chaud pour le pain, pâtisserie... Et un rayon traditionnel charcuterie et fromages locaux très prisé. À cela s'ajoute un don inné pour la com', une terrasse aménagée où consommer boissons fraîches, thé et café dès les beaux jours, et la programmation régulière de groupes musicaux. « *Ça marche très fort. Les gens adorent se retrouver ici. Je vais essayer d'améliorer encore l'offre* » prévoit notre fervent défenseur de la proximité.

Tous les trois mois environ, Anthony lance une opération de tractage sur une vaste zone de chalandise. Pour la dernière en date, il a vu large : 10 000 prospectus commerciaux dans les boîtes aux lettres. « *Grâce à cette action, il m'arrive encore de nouveaux clients* » s'enthousiasme-t-il.

Mais notre exploitant n'envisage pas de se reposer sur ses lauriers. Si ce Proxi Super est incontestablement une réussite (le prévisionnel a été multiplié par deux dès le départ), il se projette déjà dans l'avenir. Ainsi vient-il d'ouvrir un deuxième Proxi Super d'une surface de 160 m<sup>2</sup> à Ars-sur-Moselle, une commune à 10 minutes de Metz.

« *La proximité, c'est l'avenir* » affirme avec conviction celui qui ambitionne, à terme, d'ouvrir encore d'autres magasins mais ne souhaite pas pour autant abandonner Tantonville. « *Les gens ici m'ont tout de suite adopté et je n' imagine pas les quitter, renoncer à tous ces liens qui se sont créés.* »

Ses clients peuvent donc se réjouir !

©Thierry Passerat



Contact

© 2021 ici Barbès. Tous droits réservés.



## Du côté de chez vous

### Aux côtés d'un délégué commercial et d'un conseiller métier

#### 3 Questions à...

**Martial Blies, conseiller métier PGC et Antoine Fressange Du Bost, délégué commercial, dont les métiers, plus complémentaires que jamais, concourent à la réussite des magasins Proxi.**

#### 1 Quel est votre parcours professionnel ?

**Martial Blies :** Après 18 ans passés chez E.Lecterc, j'ai esquissé une nouvelle carrière en suivant une formation de mètreur-concepteur. Depuis 6 ans, je travaille comme conseiller métier PGC dans le groupe Carrefour.

**Antoine Fressange Du Bost :** En poste à l'Union des Coopératives d'Alsace, j'ai gravi les échelons jusqu'à diriger un magasin de proximité, puis je suis devenu chef de secteur avec une trentaine de magasins à ma charge. J'ai intégré le groupe Carrefour en 2014 suite au rachat des coop d'Alsace. Aujourd'hui je suis délégué commercial.

#### 2 Comment définiriez-vous vos métiers respectifs ?

**A. F. D. B. :** Le délégué commercial est la « courroie de transmission » entre les services support de Carrefour Proximité, la Direction Régionale et les exploitants qu'il accompagne dans le développement commercial de leur magasin. C'est lui aussi qui conseille sur l'assortiment, suggère des réaménagements de magasin, formule des conseils en matière d'animation, aide à résoudre des points juridiques, de ressources humaines... En fait, c'est un peu un couteau suisse !

**M. B. :** Le conseiller métier a pour mission de garantir aux exploitants la détention des meilleurs produits en fonction de la typologie de leur magasin. Il doit aussi être un facilitateur et apporter des informations pertinentes et concrètes sur les produits. Les tendances de consommation changent très vite aujourd'hui. À nous d'être au plus près de ces évolutions pour aider les exploitants à faire les meilleurs choix.

#### 3 Comment travaillez-vous ensemble ?

**M. B. :** Le délégué commercial est un généraliste, il intervient dans beaucoup de domaines, le conseiller métier, lui, est un expert. Son objectif est que l'exploitant détienne les meilleurs produits d'une famille en fonction de sa zone de chalandise, des caractéristiques de son magasin, etc. Prenons un exemple : Antoine me sollicite car il souhaiterait optimiser le chiffre d'affaires d'un magasin dont le potentiel, selon lui, n'est pas pleinement exploité. Pour apporter la meilleure solution, je vais m'appuyer sur l'assortiment du magasin, étudier les chiffres, réaliser le cas échéant un benchmark avec des magasins sous la même enseigne, me rendre sur place pour comprendre l'implantation. À l'issue de cette analyse, nous suggérerons à l'exploitant des actions à mettre en œuvre ou nous lui proposerons de tester nos préconisations puis d'évaluer les résultats.

**A. F. D. B. :** En tant que délégué commercial, j'ai une vision de mon parc de magasins. J'analyse la situation de chaque point de vente, j'ai une idée assez précise de ce vers quoi il faudrait tendre pour améliorer le chiffre d'affaires. En outre, mon expérience du terrain me permet de faire des hypothèses de travail. Toutefois, comme le dit Martial, je suis un généraliste. Le conseiller métier, lui, rentre dans le détail. Il va me fournir des informations concrètes, chiffrées, qui me permettront d'argumenter pour convaincre les exploitants d'adopter telle ou telle mesure. C'est un réel apport. Avant, nous fonctionnions au feeling, aujourd'hui, ces nouvelles méthodes permettent de travailler de manière très précise.

**M. B. :** Je voudrais ajouter que dans le cadre de cette nouvelle collaboration nous avons aussi pris l'initiative commune de créer des fichiers d'assortiments type que nous utilisons pour les créations de magasins. Cette base de travail d'implantation permet d'être en ligne avec la recherche de chiffre d'affaires. Elle est mise à jour chaque trimestre environ par les conseillers métiers.



Martial Blies

**Ancienneté :** 30 ans

**Postes occupés :** chef de rayon, responsable de département, conseiller métier.

**Sa vision du métier :** facilitateur dans le choix d'un produit.



Antoine Fressange Du Bost

**Ancienneté :** 11 ans

**Postes occupés :** marchandiseur, chef d'équipe marchandiseur, délégué commercial Proxi.

**Sa vision du métier :** développer le chiffre d'affaires du parc de magasins existant et accompagner les exploitants.

### Direction régionale Est :

1 directeur,  
5 délégués commerciaux,  
2 délégués expansion,  
1 assistante d'enseignement