



## Édito



## Saisir les opportunités



**C'est l'été, boostez vos ventes !** Avec l'été, nous abordons une phase charnière de l'année 2021. En effet, l'enseigne Proxi est particulièrement sensible à l'activité estivale, nos sites très saisonniers couvrant quasiment l'ensemble des régions de France. L'an passé, alors que les Français apprenaient à vivre avec la Covid-19, cette période fut très singulière. Aujourd'hui, même si la situation sanitaire demeure incertaine, nous avons plus de recul et les perspectives sont meilleures.

De façon générale, les opportunités de développement pour nos magasins de proximité sont excellentes. Il existe des plans d'actions pour conquérir du chiffre d'affaires supplémentaire. Ne les négligez pas ! Savez-vous par exemple que l'enseigne Proxi a désormais accès aux ventes non alimentaires tout au long de l'année : jardinage, cuisine, bricolage/auto, déco de Noël, écriture/papeterie pour la rentrée scolaire, textile... ? Ces ventes permettent de se diversifier et de booster son chiffre d'affaires. Si vous êtes en quête de nouveauté et souhaitez renforcer le caractère multiservice de votre magasin, pas d'hésitation !

En septembre, ne passez pas non plus à côté de la Foire aux vins, une très belle opération destinée à générer du flux, fidéliser la clientèle et stimuler votre chiffre d'affaires. Cet événement, qui connaît un succès croissant, est aussi une formidable occasion de renforcer la convivialité dans votre magasin et accroître votre capital confiance auprès de vos clients. Pour en profiter pleinement, pensez à anticiper, à communiquer et à mettre en scène l'espace dédié à l'opération.

Et pour vous aider à être encore plus performant, nous faisons évoluer nos outils. Ainsi, vous pouvez dorénavant passer vos commandes directement par le cadencier dynamique comme pour un système de drive.

Je vous laisse découvrir toutes ces informations et vous souhaite un très agréable été ainsi que de belles réussites !

Claire Eychenne,  
Directrice Régionale Proxi



## DANS CE NUMÉRO



## Événements

Votre cadencier dynamique, encore plus pratique !



## Ventes en poupe

Proxi au défi du zéro gaspi



## Vis ma vie

Tous les chemins mènent à Proxi



## Du côté de chez vous

Au côté d'un délégué commercial





## Événements



## Votre cadencier dynamique

## Encore plus pratique !

Le déploiement du cadencier dynamique en 2019-2020 a représenté une belle avancée pour vous faire gagner du temps et optimiser votre chiffre d'affaires. Aujourd'hui, grâce à de nouvelles fonctionnalités, il vous permet de passer directement des commandes. Explications.

Le calendrier dynamique est un outil intuitif grâce auquel vous avez accès en temps réel au référentiel des marchandises proposées par les entrepôts Carrefour, notamment les visuels des produits affichés à l'écran, le type de conditionnement, le prix de vente conseillé, les gencods et les codes IFLS. Une réelle avancée pour limiter les ruptures, contrôler les codes lors des commandes et gagner un temps précieux !

Aujourd'hui, une nouvelle étape est franchie : vous pouvez désormais passer des commandes directement auprès des entrepôts via le cadencier dynamique. Pour une opération complémentaire, faire évoluer votre assortiment ou développer une famille de produits, vous cliquez sur les références sélectionnées et les articles s'ajoutent à votre panier. C'est aussi simple qu'avec le système de commande en drive !

Pour une bonne prise en main de cette nouvelle fonctionnalité, votre délégué commercial peut vous accompagner. N'hésitez pas à le solliciter.



**“Aujourd'hui, une nouvelle étape est franchie : vous pouvez désormais passer des commandes directement auprès des entrepôts via le cadencier dynamique.”**



## La Foire aux vins

## Une opération 20/20

Vous le savez bien, la Foire aux vins est l'animation gagnante de la rentrée. Celle qui vous permet d'acquérir de nouveaux clients, de muscler votre chiffre d'affaires et de valoriser votre point de vente. Alors, du 17 au 26 septembre, sachez tirer parti de l'événement en mettant en avant les offres les plus attractives. Théâtralisez au mieux votre espace dédié et n'ayez pas

peur de bousculer vos habitudes. L'implantation est primordiale. Pensez à créer un cadre convivial et lisible où vos clients pourront aisément se repérer. N'hésitez pas à organiser une dégustation pour attirer encore plus ! Certes, cela nécessite un petit investissement, mais il peut se révéler très payant ! C'est l'image de votre magasin que vous travaillez pour le reste de l'année.



## Ventes non alimentaires

## Ne passez pas à côté !

Vous souhaitez vous diversifier ? Vous avez envie de proposer de belles opérations à vos clients pour animer votre magasin ? Tout au long de l'année, vous avez accès à des ventes non alimentaires qui peuvent dynamiser

votre commerce. Pour ne pas passer à côté, rendez-vous régulièrement sur l'intranet POP, Dynacad ou la lettre du commerce.





## Les ventes en poupe

### Proxi au défi du zéro gaspi

Le gaspillage alimentaire est un problème majeur : chaque année dans le monde, près d'un tiers des aliments produits finissent à la poubelle. Chez Proxi, on agit concrètement pour lutter contre le gaspillage alimentaire et réduire l'usage des plastiques.



## 20 kg

de déchets alimentaires sont jetés par Français chaque année, dont 7 kg de produits encore emballés<sup>1</sup>.

1 Association Nationale des Industries Alimentaires.



## 430 €

C'est le montant estimé du gaspillage en France, par an et par individu<sup>2</sup>.

2 Conseil de l'Emballage.



## 6 154 t

de plastique sur plus de 400 références ont été supprimées par Carrefour depuis 2017 grâce à sa politique de réduction des emballages.

#### 1 Le gaspillage, un problème majeur

Les chiffres du gaspillage alimentaire sont vertigineux. En France, près de 10 millions de tonnes de nourriture sont jetées chaque année. Cela représente environ 20 kg par personne et par an, l'équivalent d'un repas par semaine, qui sont mis à la poubelle. Si le consommateur est souvent le premier à être pointé du doigt, la question du gaspillage alimentaire concerne en réalité l'ensemble des acteurs et filières de l'alimentation (production agricole, transformation, distribution, restauration, consommation à domicile...). Ainsi, tous les secteurs d'activité génèrent du gaspillage pour différentes raisons : surproduction, critères de calibrage, rupture de la chaîne du froid, mauvaise gestion des stocks, inadéquation entre l'offre et la demande, etc. Mais chacun d'entre eux a un rôle à jouer et dispose de marges de manœuvre pour lutter contre ce fléau.

#### 2 Les fruits & légumes en ligne de mire

Vous le savez bien. Chaque jour, de nombreux fruits et légumes conditionnés en barquettes, filets ou sachets sont retirés de la vente car un ou deux produits sont impropres à la consommation, alors que le reste du conditionnement est sain. Pour beaucoup de ces références, il est impossible de les déloter et de les vendre en vrac. Soit il n'y a pas d'équivalent en vrac (mini-poivrons, endives rouges, sucrines...), soit les mentions légales sont différentes de la référence en vrac (origine, catégorie, calibre...). Ces produits génèrent de la démarque et participent au gaspillage alimentaire. La solution dans les magasins Proxi ? Le panier zéro-gaspi.

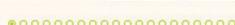
#### 3 Le panier « zéro-gaspi »

Vendus au prix fixe de 3 €, ces paniers zéro-gaspi de 2 kg minimum sont composés de fruits et légumes issus de produits conditionnés et/ou en vrac. Ils vous permettent de vendre des fruits et légumes du jour, moins jolis mais toujours bons, de limiter la casse et de faire découvrir à vos clients des produits qu'ils n'auraient peut-être pas pensé à acheter. Et c'est simple ! Trier les barquettes et les filets pour n'utiliser que les produits sains et de bonne qualité en prenant soin de séparer les fruits des légumes prend en moyenne 2 minutes par panier. Cette action complète les autres mesures anti-gaspi, comme le déstockage des produits à date courte (1 ou 2 jours avant la fin de la DLC) via les vignettes anti-gaspi ou le partenariat avec Too Good To Go.

#### 4 Moins de plastique

Autre avantage des paniers zéro-gaspi ? Leur emballage 100 % carton répond au défi zéro plastique que Carrefour s'est engagé à relever. Une solution d'emballage plus vertueuse, à l'instar des filets en cellulose de bois déjà proposés pour les agrumes bio, les oignons, les tomates, les courgettes etc. Des sachets papiers pour les pommes de terre bio, ou encore des rubans et des étiquettes qui entourent désormais de nombreux fruits et légumes bio, à la place d'emballages plus complexes qui n'étaient pas indispensables à la préservation de la qualité de ces produits.

## Vis ma vie



## Tous les chemins mènent à Proxi

Il aura fallu un long confinement, une grosse envie de changement, et une pincée de hasard pour que Ludivine et Hugues Robert ouvrent leur Proxi à Moncoutant-sur-Sèvre... pour le plus grand plaisir des habitants et du maire !



**Moncoutant-sur-Sèvre (79) :**  
5 000 habitants

**Création :** mars 2021

**Surface de vente :** 80 m<sup>2</sup>

**Ouvert 6 jours/7**

**Clients/jour :** 100

**Panier moyen/jour :** 12 €

A priori, rien ne destinait Hugues Robert à devenir gérant d'un magasin Proxi. Ce trentenaire originaire du Maine-et-Loire s'engage d'abord dans l'armée de terre, il y restera onze ans. Puis il devient chauffeur-livreur de matières dangereuses, et change pour un métier moins risqué, celui de meunier « *un très beau métier mais physiquement très exigeant* ». Ludivine, quant à elle, était contrôleuse à la SNCF depuis onze ans.

Le confinement du printemps 2020 arrive, propice à la réflexion et aux remises en cause... Un jour que le couple regarde SOS Villages au JT de 13 heures de TF1, Hugues a le déclic ! Reprendre une supérette dans une petite commune, voilà un projet qui leur conviendrait à tous les deux. Très vite, toujours via le site Internet SOS Village, ils trouvent un commerce alimentaire à vendre à Moncoutant-sur-Sèvre qui leur semble idoine. Hugues effectue une étude de marché, contacte les banques, mais la vente échoue, faute d'un accord financier. Entretemps, il a appris que Carrefour Proximité cherchait depuis longtemps à implanter un magasin Proxi dans ce bourg dont la zone de chalandise est très prometteuse. Il se met en relation avec le délégué expansion Proxi et le courant passe tout de suite. « *Je me suis senti en confiance et le concept Proxi nous allait très bien* » résume notre exploitant. Le temps de trouver un local idéalement situé et la signature a lieu début novembre.

**« On tâche de proposer régulièrement de nouveaux produits et ça marche fort »**

Durant l'hiver, Hugues effectue seul les gros travaux d'aménagement puis, en février, vient le moment de l'implantation. « *Une période très intense ! Premières commandes, mises en rayon... Sans Ivan, notre délégué expansion, ainsi que Fabrice et David, délégués commerciaux, nous n'y serions pas arrivés* ». Le 3 mars, leur Proxi flambant neuf, situé dans le cœur commerçant du bourg (boulangeries, boucherie, maison de la presse, tabac, salon de coiffure, pharmacie, fleuriste, bijouterie...), accueille ses premiers clients. Un événement à Moncoutant-sur-Sèvre où la dernière supérette avait fermé ses portes il y a près de cinq ans ! La greffe prend immédiatement. Les habitants, comme le maire qui œuvrait depuis longtemps pour l'ouverture d'un commerce multiservice dans sa commune, sont ravis. Et pour cause ! On trouve ici un rayon charcuterie traditionnelle (principalement des produits du Jura) et fromages à la coupe, une cave à vins où s'alignent Bordeaux et Bourgogne soigneusement sélectionnés par Hugues, grand amateur de bons crus, mais aussi de nombreux produits gourmands élaborés artisanalement (jus de fruit, miel, terrines, cassoulet en bocal, confitures de la ferme, limonade, galette du Poitou, chocolat et pâte à tartiner...). « *On fait aussi travailler un maraîcher connu sur le territoire. Nos clients apprécient de pouvoir consommer local* » précise Hugues « *On tâche de surprendre et de se renouveler. En ce moment, par exemple, nous proposons des plateaux apéritifs composés de charcuterie et de fromages et ça marche très fort !* ». Côté services, il y a bien sûr les dépôts de gaz et de pains (en accord avec les deux boulangeries de la commune) et la livraison à domicile pour les anciens.

Satisfait de cette reconversion ? « *Oui ! Nous avons fait le bon choix. Toutes les semaines ça évolue, de nouveaux clients nous découvrent. Selon Ludivine, qui se charge de la compta, nous sommes au-delà du prévisionnel pour le moment. Et cet été, avec la réouverture de Pescalis, un vaste parc d'activités nature et pêche, nous ne manquerons pas d'activités.* » C'est tout le mal que nous leur souhaitons !



## Du côté de chez vous

## Au côté d'un délégué commercial



David Pouchol

Ancienneté : 27 ans

**Postes occupés :** Responsable de rayon, coordinateur d'enseigne, délégué commercial.**Sa vision du métier :** Nous sommes des développeurs de chiffres d'affaires, notre but est de faire progresser les magasins dans la durée, pas de réaliser « des coups ». Pour exercer ce métier qui requiert beaucoup d'adaptabilité, il faut être passionné.

## 3 Questions à...

**David Pouchol, délégué commercial, au sein de la direction régionale Sud-Ouest.****1 Quel est votre parcours professionnel ?**

**David Pouchol :** J'ai commencé ma carrière en 1994 comme responsable de rayon. Métier que j'ai d'abord exercé à Intermarché (au rayon charcuterie et fromage à la coupe) puis dans diverses enseignes, avant d'intégrer le groupe Carrefour en 2000, pour les enseignes Marché Plus puis Shopi. J'ai ensuite évolué comme coordinateur d'enseigne 8 à Huit et Carrefour City avant d'être nommé délégué commercial Proxi en 2014.

**2 Quelle est votre conception du métier ?**

**D. P. :** Le délégué commercial est là pour avancer avec les exploitants de son secteur, les accompagner au mieux dans le développement du chiffre d'affaires de leur magasin. C'est un apporteur de solutions. Il doit être en mesure de fournir des conseils sur l'assortiment, l'implantation, l'aménagement et dénouer des problèmes administratifs, logistiques, juridique... Bref, c'est un vrai couteau suisse ! Évidemment, cela implique de savoir s'adapter à toutes les configurations. Se montrer à la fois souple, disponible et persuasif. Non pas imposer sa vision des choses, mais être dans l'échange et établir une relation de confiance. C'est essentiel. Les modes de consommation changent, à nous, délégués commerciaux, d'être force de proposition pour que les gérants ne restent pas figés dans leurs pratiques.

**3 La crise sanitaire a-t-elle modifié votre métier ?**

**D. P. :** L'exercice de mon métier n'a pas vraiment changé. En revanche, avec cette crise, le commerce de proximité, lui, a véritablement retrouvé ses lettres de noblesse. Une nouvelle clientèle nous a (re)découvert. Pour rester dans cette dynamique et conserver cette clientèle récemment conquise, il n'y a pas de secret, les exploitants doivent être en mouvement et ne pas hésiter à se remettre en question : penser à revoir régulièrement leurs gammes de produits, réagencer leur magasin s'il le faut, élargir leur palette de services, se lancer dans le click & collect, utiliser toutes les fonctionnalités des outils numériques mis à leur disposition (comme le cadencier dynamique par exemple), communiquer... La fidélisation passe aussi par des animations en magasin (foire aux vins, opérations de vente non alimentaire, etc.) et, à terme, la mise en place d'une carte de fidélité. Le délégué commercial est là pour les accompagner dans cette démarche de conquête.

## Direction régionale Sud-Ouest :

1 directrice,  
4 délégués commerciaux,  
2 délégués expansion,  
1 assistante d'enseigne

Contact