



Édito



Bonne année : champagne !



Ce début d'année commence sous les meilleurs auspices ! En effet, le commerce de proximité colle plus que jamais à l'air du temps et cette tendance ne risque pas de fléchir en 2022.

Selon une étude récente¹, 40 % des Français souhaitent aujourd'hui changer leurs habitudes de consommation pour soutenir leurs commerçants de quartier. La proximité est synonyme de lien social, de solidarité... Des valeurs auxquelles les consommateurs sont plus attachés que jamais depuis la pandémie.

L'autre grande force de la proximité est d'être réactive, de savoir s'adapter aux nouvelles attentes. Notre enseigne Proxi en a fait la démonstration. Grâce aux outils numériques déployés ces derniers mois, elle est entrée dans une nouvelle ère.

Pour accompagner cette mutation, la nouvelle plateforme monproxi.fr est d'ores et déjà opérationnelle. Une belle opportunité pour vous qui souhaitez être les premiers de votre zone de chalandise à offrir à vos clients un service d'e-commerce qui répond là aussi à une forte demande. L'occasion aussi de gagner en visibilité, de dynamiser la fréquentation de votre magasin et d'assurer un meilleur service. Cette solution, conjuguée à la nouvelle carte de fidélité, vous permet en plus de constituer une base de données précieuse pour gérer vos relations clients. Autre grande innovation en ce début d'année, le nouveau logiciel de caisse (DeVance), pour suivre au plus près vos performances et booster votre chiffre d'affaires.

Enfin, au-delà de ces outils qui permettent d'optimiser la rentabilité de votre commerce, un service de proximité se doit aussi d'être proche de ses clients et de savoir leur proposer tous les produits qu'ils désirent pour les fidéliser. En détenant les produits des marques Carrefour, Carrefour Bio et Reflet de France, vous êtes sûrs de les satisfaire.

La crise sanitaire nous a forcés à relever le défi de la nécessaire transformation numérique. Tous les outils sont désormais à votre disposition. J'espère que vous serez nombreux à vous en emparer pour passer le cap de la modernisation !

Les équipes de Carrefour Proximité se joignent à moi pour vous adresser, à vous et à vos proches, nos vœux de bonheur et de prospérité pour 2022.

Arnaud Alix
Directeur territorial Proxi

1 Étude de mai 2021 réalisée par American Express et YouGov



DANS CE NUMÉRO



monproxi.fr
Le site marchand de tous les Proxi !



Ventes en poupe
La marque qui répond aux attentes de vos clients



Vis ma vie
Success-story dans le Berry



Du côté de chez vous
Au côté d'un Responsable supply chain





Événements



monproxi.fr

Le site marchand de tous les Proxi !



L'année 2022 démarre fort pour l'enseigne Proxi ! Aujourd'hui, via une plateforme unique dont le nom de domaine est on ne peut plus simple – monproxi.fr – chaque magasin Proxi est référencé et peut, s'il le souhaite, développer son activité de commerce en ligne pour proposer le click & collect et la livraison à domicile.

Vos clients ont accès très facilement au site internet complet de votre magasin avec l'ensemble de votre catalogue produits, y compris les articles locaux, (descriptions, photos et prix) et ses promotions du moment. Pour eux, ensuite, rien de plus simple que de passer commande en ligne. Ils peuvent également créer leur propre compte client pour recevoir vos actualités et vos offres en lien avec la nouvelle carte de fidélité. Deux prestataires accrédités, ClicDrive et Boostore, proposent des solutions pour déployer ce site marchand, qui offre une belle opportunité de se différencier par rapport à la concurrence, de compléter sa manière de vendre produits et services et de dynamiser la fréquentation de son magasin.

N'hésitez pas à en parler à votre délégué commercial !



Tendance

DeVance : un système de caisse plus performant



Pour optimiser la rentabilité de votre magasin et suivre au plus près vos performances, le fournisseur de caisse Devlyx met à votre disposition le nouveau logiciel DeVance. Ce back-office nouvelle génération présente de nombreux avantages comme la gestion automatique des changements de codes IFLS, le blocage en caisse des

produits en alerte retrait ou encore l'édition des étiquettes de balisage promo.

En plus, ce back-office est synchronisé avec le site monproxi.fr et le programme de fidélité.

Numérique

La fidélité modernisée



Avec le nouveau programme Fidélité, vos clients disposent d'une carte digitale (ou dématérialisée sur leur smartphone) grâce à laquelle ils peuvent « cagnotter » 5 % sur le montant de chaque achat de produits Carrefour,

Carrefour bio et Reflets de France. Il est totalement paramétrable, alors, libre à vous de planifier d'autres opérations promotionnelles pour que vos clients soient encore plus attachés à votre commerce de proximité !



Contact

Reflets de France

La marque qui répond aux attentes de vos clients

Aujourd'hui, de plus en plus de consommateurs sont à la recherche de sens dans leurs actes d'achats et ont à cœur de soutenir les terroirs. Les produits Reflets de France répondent à ces aspirations.

Alors mettez-les en bonne place dans vos rayons !




44 %

Des Français cherchent à consommer plus de produits « made in France »²

2 Les Zooms de L'Observatoire Cetelem, février 2019, Harris Interactive.



+ 7.86 %

C'est la croissance du marché du cidre en 2020.



79 %

Des Français sont attentifs à l'origine géographique des produits qu'ils consomment.³

3 Étude Ipsos 2019.

1 Une envie de mieux manger...

Depuis quelques années, les consommateurs ont pris conscience de l'importance du « bien manger » pour leur santé, l'environnement et l'économie des territoires, ce qui entraîne une évolution des modes de consommation. La crise sanitaire n'a fait qu'accentuer cette tendance. De plus en plus de Français se tournent vers des produits authentiques et du terroir. Ainsi, selon le bureau d'études Kantar¹, 79 % des consommateurs veulent aujourd'hui privilégier les produits d'origine française. Les marques de PME et la vente directe de produits frais traditionnels sont elles aussi plébiscitées. La pandémie a fait émerger, par ailleurs, une nouvelle vision de l'agriculture et la confiance que les Français accordent aux agriculteurs a fait un bond en 2020.

1 Tendances de consommation 2020

2 ...et de privilégier les produits du terroir

Une étude Ipsos de 2019 relève que 82 % des Français privilégient désormais l'achat de produits d'origine française et 77 % l'achat de produits proposés par des producteurs locaux. Si cette tendance est bien ancrée chez les seniors, les jeunes générations y sont, elles aussi, de plus en plus sensibles. Dans cette recherche de qualité et de traçabilité, le local est la première garantie pour les consommateurs. Ainsi, toujours selon cette étude, ils sont 79 % à être attentifs à l'origine géographique des produits. L'achat de produits du terroir permet aux Français de s'assurer de leur origine mais c'est également pour eux une consommation engagée, avec la volonté de participer à l'essor de l'économie locale.

3 Reflet d'une tendance

« Consommer mieux et localement », le groupe Carrefour l'a mis en pratique il y a déjà fort longtemps et sa marque Reflets de France est pile dans cette tendance. Grâce aux partenariats noués avec près de 250 producteurs de l'Hexagone, tous les produits Reflets de France sont exclusivement français et respectent un cahier des charges strict. Ainsi, Carrefour participe à la préservation du patrimoine culinaire français et offre un large choix de produits authentiques et de qualité. Les nombreuses spécialités régionales, des fruits et légumes frais aux fromages, en passant par les vins, les biscuits ou encore les plats cuisinés, répondent aux aspirations des consommateurs qui ont à cœur de soutenir les terroirs. Ces produits emblématiques du patrimoine culinaire français ont plus que jamais leur place dans vos rayons !

4 Épiphanie et Chandeleur : deux temps forts

Et puisqu'il est question de traditions, celles de la galette des rois et des crêpes de la Chandeleur font partie des rendez-vous à ne pas rater. Pour ces deux temps forts, renforcez vos commandes et insufflez dans votre magasin un petit air de fête gourmande. Pour la Chandeleur, les produits régionaux se hisseront dans les rayons. N'oubliez pas notamment la pâte au caramel beurre salé, la très large gamme de confitures et les succulentes crêpes de froment de la marque Reflets de France. Sans oublier, bien sûr, le cidre dont les ventes ne cessent de croître. Numéro 1 des ventes : le cidre brut de Normandie Reflets de France, suivi du cidre doux de Normandie Reflets de France et du cidre de Bretagne Carrefour Bio.



Vis ma vie



Success-story dans le Berry décroche la lune



À Mézières-en-Brenne, dans l'Indre, Fabrice et Natacha ont décidé de « revenir au pays » après seize années passées dans l'hôtellerie près de Chamonix.

Ils ont ouvert un Proxi Super qui file tout schuss vers le succès.



Mézières-en-Brenne(36) : 1 000 habitants



Ouvert 6 jours/7



Création : 2019



Clients/jour : 100



Surface de vente : 200 m²



Panier moyen/jour : 15,50 €

Leur histoire commence il y a 20 ans, sur leur lieu de travail, dans le milieu de l'hôtellerie et de la restauration. À la naissance de leur fils, en 2015, l'envie de se rapprocher de leur famille et de changer de vie s'est peu à peu fait sentir. Ils décident alors de reprendre un magasin Proxi, rencontrent l'équipe de Carrefour Proximité qui étudie leur dossier, se font accompagner par un expert-comptable et, mis en confiance, décident de franchir le pas.

Toutefois, l'emplacement du magasin Proxi existant ne leur convient pas, ils préfèrent racheter l'ancienne quincaillerie dans le cœur du bourg. Il y a très peu de travaux à réaliser, de belles zones de stockage, bref, la surface est idéale ! Le temps de régler toutes les affaires financières et administratives, de déménager puis de rénover le magasin... notre couple se lance dans cette toute nouvelle activité en août 2019.

« La première année, nous avons commis quelques erreurs mais, surtout, beaucoup appris. Aujourd'hui, les résultats sont 20 % supérieurs au prévisionnel » constate Fabrice.

Le confinement, objectivement, leur a donné un bon coup de pouce, mais ensuite il a fallu fidéliser la clientèle. Et le pari semble réussi. Plusieurs raisons à ce qui a tout l'air d'un succès. D'abord, Mézières-en-Brenne se trouve au cœur du parc naturel régional. Résultat, le chiffre d'affaires de nos commerçants double durant l'été. Ensuite, pas mal de Parisiens possèdent ici une résidence secondaire ce qui entraîne des pics d'activité pendant les vacances scolaires et en fin de semaine.

« Un petit SMS aux clients pour dire "le Beaujolais est arrivé", "nos bouquets de fleurs vous attendent pour la fête des mères" ça fait la différence. »

Et puis, il y a tout ce que Fabrice et Natacha ont su mettre en place. La livraison à domicile, le dépôt de pain, les fleurs, le click & collect via la plateforme unique « monproxi.fr ».

« Une excellente vitrine est un bon moyen de communiquer avec nos clients. Je les incite à déposer leurs coordonnées pour les tenir au courant de nos opérations » souligne Fabrice.

Sans compter l'assortiment « cousu main » de 2 500 références. Fabrice et Natacha ont en effet à cœur de répondre aux demandes de leurs clients. Ils tâchent aussi de mettre le plus possible en avant les artisans et les producteurs locaux « ça plaît à tout le monde » : les pâtes à tartiner bio produites à Mézières-en-Brenne cartonnent, de même que les croquets du Berry, les rillettes, les poissons fumés, le miel, l'huile...

« Évidemment, nous mettons aussi en avant les produits Carrefour, Carrefour Bio et Reflets de France. Nos clients les plébiscitent et les marges bénéficiaires sont supérieures. La marge, c'est le nerf de la guerre ! Nous avons choisi dès le départ d'être au plus près des prix conseillés Carrefour. Nous faisons nos mises à jour de prix toutes les semaines » précisent-ils.

Ce qu'ils aiment le plus dans leur activité ? Outre le contact avec la clientèle, Natacha consacre beaucoup de temps à rechercher de nouveaux produits qui feront à coup sûr plaisir aux clients. Quant à Fabrice, il se consacre aux fruits et légumes (il adore dénicher de nouvelles variétés) et au vin. « Ça fait vingt ans que nous travaillons ensemble et vingt ans que chacun à son domaine d'expertise ! » précise Fabrice.

Souhaitons-leur de travailler encore longtemps en aussi bonne intelligence !



Contact



Du côté de chez vous

Au côté d'un Responsable Supply Chain

3 Questions à...

Karim Bendjelloun-Touimi, responsable Supply Chain, direction régionale Paris-Centre.

1 Quel est votre parcours professionnel ?

Karim Bendjelloun-Touimi : Après des études de gestion et un master 2 en management stratégique de la Supply Chain, j'ai intégré le groupe Carrefour il y a huit ans. Dans un premier temps, j'ai été amené à gérer des projets d'évolution des entrepôts Carrefour Proximité au siège national puis, il y a quatre ans, j'ai rejoint la direction opérationnelle Paris-Centre en qualité de responsable Supply Chain. J'avais auparavant travaillé une année au sein du groupe La Poste comme chef de projet junior où je m'occupais essentiellement de la gestion de colis internationaux.

2 Comment définiriez-vous votre métier ?

K. B.T. : Mon rôle est d'assurer le bon fonctionnement des opérations liées à la réception, à la préparation, à la gestion et la livraison des marchandises dans le respect des délais, de la qualité, des règles de sécurité et des objectifs de rentabilité pour nos exploitants comme pour ma direction. Bien sûr, je ne suis pas seul pour réaliser cette mission ! J'anime une équipe de six collaborateurs qui pilotent la relation commerciale avec les magasins livrés par nos entrepôts (prises de commande, résolution de problèmes, etc.). Au fond, je ne suis le spécialiste d'aucun des services que je coordonne mais je dois faire en sorte qu'ils avancent ensemble dans l'intérêt de nos clients, c'est-à-dire l'ensemble des magasins Carrefour Proximité. J'orchestre les interventions des approvisionneurs, des services transports, des entrepôts, de la logistique... Tout en sachant qu'il existe des contraintes plus ou moins fortes selon les familles de produits. Par exemple, avec le frais, il y a zéro stockage en entrepôt, nous travaillons en flux tendu d'où la nécessité d'imposer des heures limites très strictes pour les commandes.

3 Avez-vous des relations directes avec les exploitants Proxi ?

K. B.T. : C'est avant tout mon équipe commerciale qui est en lien constant avec les exploitants. Toutefois, je suis sur un poste itinérant, c'est-à-dire que mon bureau est aux Ulis, dans l'Essonne, mais je me déplace fréquemment, notamment pour rencontrer les magasins. Rester au contact du terrain est primordial. Par ailleurs, les délégués commerciaux qui sont en relation directe avec les exploitants nous remontent toutes les informations liées aux magasins. Nous sommes aussi souvent amenés à rencontrer les élus locaux pour régler des questions de contraintes de livraisons. Beaucoup de maires souhaitent avoir des magasins bien approvisionnés dans leur commune mais sont aussi sous le feu des critiques des riverains... Il faut donc discuter, négocier et faire preuve de beaucoup de pédagogie !



Karim Bendjelloun-Touimi

Ancienneté : 8 ans

Postes occupés : chef de projet, responsable Supply Chain.

Sa vision du métier : C'est être dans l'excellence opérationnelle au service du chiffre d'affaires de nos partenaires. En d'autres termes, leur assurer des livraisons qui arrivent à l'heure et limiter au maximum les ruptures afin de leur permettre d'exercer au mieux leur activité.

Direction régionale Paris-Centre :

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

