

Proxi News

La newsletter de vos magasins

#20 Octobre - Décembre 2024

Événements

Les ventes en poupe

Vis ma vie

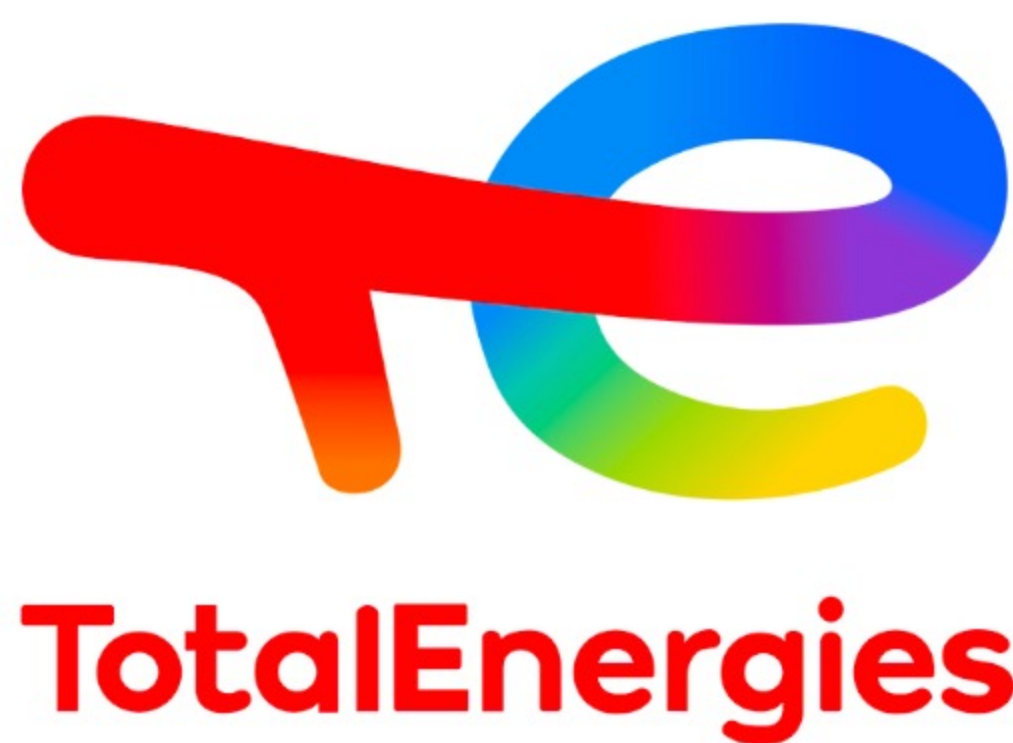
Rencontre

À la une

Carrefour à la conquête des stations-service Shell et TotalEnergies

En renforçant notre présence dans les stations-service grâce à deux appels d'offres remportés auprès de Shell et TotalEnergies, nous avons désormais la capacité d'approvisionner 117 nouvelles boutiques, principalement situées sur les autoroutes françaises. D'ici la fin de l'année 2024, les produits de la marque Carrefour seront présents dans plus de 350 stations-service à travers le pays.

Cette initiative s'inscrit dans notre stratégie globale de nous implanter dans des zones de flux, des endroits stratégiques où les consommateurs sont en mouvement comme les gares ou les stations de métro. En nous associant avec des géants tels que Shell et TotalEnergies, nous renforçons ainsi notre position sur ce segment pour offrir à nos clients une large gamme de produits de consommation courante même lorsqu'ils sont en déplacement.



Benoît Soury, notre Directeur de la proximité en France, souligne que cette confiance accordée par Shell et TotalEnergies « valide nos choix stratégiques et notre engagement à investir dans des lieux où la demande est forte ». En effet, depuis plusieurs mois, nous intensifions notre présence dans ces zones de passage, à l'image de nos récentes implantations dans les gares SNCF de Lyon Part-Dieu ainsi que la station de métro des Halles à Paris. Ces nouveaux développements représentent une réponse à l'évolution des attentes des consommateurs qui recherchent de plus en plus de praticité et de rapidité d'accès à nos magasins.

117
nouvelles
boutiques

350
stations services

Proxi

Accueil

Événements

Les Ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Archives

Télécharger en pdf

Contact



Ardennes

JKM, la gérante qui ne s'arrête jamais

Joffrine Kobsch-Monney n'est pas une gérante ordinaire. À 36 ans, cette cheffe d'entreprise passionnée, distinguée parmi les « 101 femmes entrepreneures » de l'année, dirige deux magasins Proxi dans les Ardennes et ne compte pas s'arrêter là. Après un début de carrière en tant qu'assistante sociale elle change de voie pour transformer la supérette de son village en véritable point de ralliement. « Je voulais changer de vie, et le Proxi de Saulces-Monclin était l'opportunité idéale. Intégrer le réseau Proxi m'a permis de me reconnecter avec un collectif », nous explique-t-elle. COVID, hausse des prix, complexité de gestion... Joffrine relève tous les défis avec son premier magasin. En 2022, elle en ouvre un deuxième. Forte de ces affaires, elle ne se contente pas de les gérer et devient « mentor » pour Carrefour et Proxi : en plus de son activité, elle accompagne de futurs gérants, partage ses astuces et motive les nouvelles recrues. « J'adore transmettre. C'est devenu une passion. » Sa réussite et son dynamisme sont rapidement remarqués. En 2023, elle est nommée parmi les « 101 femmes entrepreneures » de l'année, un titre qu'elle reçoit à Matignon des mains du Premier ministre Gabriel Attal. « Un moment incroyable, comme un couronnement de tous mes efforts », se souvient-elle encore émue par ce souvenir. Mais Joffrine ne s'arrête pas là. Elle est partout : sponsor d'une équipe de coureurs amateurs, organisatrice d'événements autour des JO, partenaire incontournable des associations locales. « J'ai un réseau associatif riche et dynamique ! », souligne ce véritable pilier de la vie locale. Elle est sollicitée pour tout : des fournitures pour des tournois de foot, aux événements sportifs locaux... Et après ? « Stabiliser le deuxième magasin et en ouvrir un troisième d'ici 2025-2026 », dit-elle avec ambition. Mais attention, pas question de perdre son âme : « Je veux rester proche des gens et heureuse. Je n'ai pas besoin de 15 magasins ».



Franchise

Proxi distingué !

Proxi figure dans le top 100 LSA 2024 ! Grâce à notre positionnement commercial et nos centaines de points de vente, nous avons su répondre à la demande croissante des consommateurs pour leurs achats de proximité, notamment dans les zones rurales et résidentielles. Et ce n'est pas fini puisque nous continuons d'investir les gares et stations-service.

Proxi continue donc de s'inscrire comme un acteur clé du commerce de proximité en France renforçant ainsi la présence de Carrefour sur un segment en plein essor.

3 conseils

Bien préparer votre magasin aux fêtes de fin d'année

1 Anticiper les approvisionnements : à l'approche des fêtes, assurez-vous que vos stocks sont bien remplis en fonction des tendances d'achat des années précédentes. Réalisez un inventaire complet bien avant décembre pour identifier les produits phares comme les champagnes, les vins d'exception et les produits gourmands (foie gras, confits). Utilisez les données des ventes passées pour ajuster vos commandes et éviter les ruptures de stock.



2 Miser sur les promotions et offres spéciales : les fêtes sont l'occasion parfaite pour attirer plus de clients avec des promotions attractives.

Vous pouvez offrir des réductions, proposer des offres spéciales comme "deux pour le prix d'un", ou encore organiser des jeux-concours sur les réseaux sociaux, éditer des flyers, bref communiquer ! Ces actions non seulement augmentent vos ventes, mais elles aident aussi à fidéliser et recruter une nouvelle clientèle.

3 Créer une ambiance festive : la décoration de votre magasin est essentielle pour attirer l'attention des passants et offrir une expérience d'achat agréable.

Mettez en place des décorations de fête, optimisez l'agencement pour mettre en avant vos produits festifs et assurez-vous que votre vitrine soit avenante. Une vitrine bien décorée peut générer jusqu'à 50 % des visites en magasin.

En un mot : la théâtralisation !



Les ventes en poupe

Avec My Pie, la révolution du snacking malin (et rentable)



Le marché du snacking en France a explosé depuis la pandémie modifiant profondément les habitudes alimentaires des consommateurs. Face à une demande accrue pour des repas rapides, pratiques et éthiques, l'offre My Pie se positionne en tant que réponse gourmande et responsable. Avec ses tartes artisanales élaborées à partir d'ingrédients locaux et de saison, My Pie redéfinit le snacking en combinant plaisir et engagement écologique. Rien que ça !

1

Une nouvelle ère de consommation

Le snacking s'est imposé comme un élément central des habitudes alimentaires en France avec une croissance continue ces dernières années. Les Français sont de plus en plus nombreux à opter pour des repas rapides mais cela ne signifie pas qu'ils sont prêts à sacrifier la qualité. Marre de consommer sur le pouce des sandwichs sous vide ?

My Pie offre des options de snacking qui allient rapidité et excellence culinaire, répondant ainsi aux attentes de vos clients en quête de nouveautés.

2

L'innovation au service du snacking

Dans un marché saturé par les options de snacking classiques, My Pie se démarque en proposant des tartes innovantes qui bousculent les codes.

Nous sommes partenaires et avons la gamme My Pie dans nos entrepôts Carrefour pour la logistique et les tarifs préférentiels.

Que ce soit par le choix des ingrédients, la variété des saveurs ou l'attention portée à la qualité, chaque pause gourmande est transformée en une véritable expérience.

3

Un snacking responsable et durable

Alors que les consommateurs sont de plus en plus sensibles à l'impact environnemental de leur alimentation, My Pie fait le choix de l'engagement. En privilégiant des ingrédients locaux et de saison, en minimisant les emballages et en adoptant des pratiques durables, l'entreprise (et vous-même) montrez qu'il est possible de concilier plaisir, responsabilité tout en étant en phase avec les préoccupations écologiques.

18,5

milliards d'euros

C'est le chiffre d'affaires du snacking en France en 2023

(Source Xerfi)

57%

des Français

fréquentant un lieu de snacking au moins une fois par semaine.

(Source étude NielsenIQ)

+13%

de croissance

des points de vente en France soit 5 000 nouveaux points de vente depuis 2022.

(Source Food Service Vision)



Guillaume Grassart : gérant ET traiteur

À Trélon dans les Hauts-de-France, Guillaume Grassart a fait de son magasin un véritable lieu de rendez-vous. Grâce à une offre traiteur inventive et de qualité, il a su attirer une clientèle fidèle, séduite par des plats savoureux, un service personnalisé et du franc-parler !



Proxi Super de Trélon
5 Rue Aristide Briand,
59132 Trélon



Reprise depuis le 22 décembre
2020



Surface de vente :
135 m²



du mardi au samedi,
de 8h à 12h30 et de 14h30 à 19h
et le dimanche matin de 8h30 à
12h00.



Clients/jour :
165



Panier moyen/jour :
19 €

Titulaire d'un CAP cuisinier, ancien chef gérant dans la restauration collective durant une vingtaine d'années, Guillaume Grassart se remet en question après la période Covid. La supérette sous enseigne 8 à Huit de son village natal est en vente, ce sera le début d'une nouvelle aventure sous enseigne Proxi mais pas seulement, en cuisiner amateur de bons petits plats il propose chaque jour une gamme variée de repas cuisinés maison.

« J'ai toujours voulu me démarquer. Quand j'ai repris le magasin, je savais que je devais apporter quelque chose de différent pour attirer les clients. »

Un service traiteur qui représente aujourd'hui 50 % de son chiffre d'affaires.

Parmi les plats les plus appréciés, on trouve des classiques réconfortants comme le couscous maison ou la blanquette de veau. « Les gens recherchent la cuisine d'antan, des plats qu'ils n'ont plus le temps de cuisiner, » souligne-t-il. En offrant cette authenticité culinaire, Guillaume a non seulement fidélisé une clientèle locale mais a également conquis de nouveaux adeptes venant parfois de plusieurs kilomètres à la ronde.

Cette réussite ne s'est pas faite sans embûches. Le gérant admet que la communication a été un défi majeur. « Je ne suis pas un pro de l'informatique, » confie-t-il avec un sourire « mais j'ai appris à utiliser Facebook. Je poste trois fois par jour minimum pour annoncer nos plats et nos offres ! » Un travail acharné qui porte ses fruits puisqu'il a doublé le chiffre d'affaires du magasin en quatre ans.

L'esprit d'initiative de Guillaume va au-delà du simple service traiteur. Fort de son équipe de 9 collaborateurs, il livre également des repas à des cantines scolaires et à domicile pour les personnes âgées. « On fait du portage à domicile pour environ 50 personnes chaque jour. C'est ce genre de service qui fait toute la différence. »

Pour l'avenir, Guillaume ne manque pas d'idées. Il vient d'acquiescer un deuxième magasin qu'il compte moderniser en intégrant notamment un espace restauration sur place. « Je veux créer un endroit où les clients pourront manger une pizza ou un plat cuisiné directement dans le magasin. »

Son conseil aux autres gérants de supérettes ? « Il faut être bien entouré et avoir des locaux adaptés. Et surtout, il faut avoir envie de travailler ! » conclut-il avec enthousiasme. Une leçon de dynamisme et de proximité qui prouve que ce type de commerce a encore de beaux jours devant lui.



Accueil

Événements

Les Ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Archives

Télécharger en pdf

Contact

Proxi News

La newsletter de vos magasins

#20 Octobre - Décembre 2024

Événements

Les ventes en poupe

Vis ma vie

Rencontre



Rencontre

« Proxi? C'est bien plus qu'un simple réseau »

4 Questions à...



Abdelghani Bounouadar

DIRECTEUR TERRITORIAL PROXIET NÉGOCE RÉGION NORD EST

1 Comment le réseau Proxi parvient-il à se différencier de la concurrence dans un marché où les produits proposés sont parfois similaires ?

Abdelghani Bounouadar : *Justement ! Nous ne vendons pas que des produits similaires ! La différenciation de Proxi repose principalement sur la marque Carrefour, reconnue pour la qualité et l'excellent rapport qualité-prix de ses produits. Ce que nous offrons à nos clients, c'est la confiance en une marque bien établie avec des produits qui répondent aux attentes des consommateurs, même dans un contexte économique difficile. Avec un assortiment de 14 000 à 15 000 références soutenu par l'énorme réseau Carrefour, nous pouvons proposer à nos gérants (et donc au consommateur) une variété de produits qui dépasse largement celle de nos concurrents.*

2 Quelles stratégies recommandez-vous aux nouveaux venus qui rejoignent le réseau Proxi pour assurer un retour sur investissement rapide ?

A.B. : *Pour maximiser le succès dès le départ, l'accompagnement est essentiel. Nous guidons les nouveaux exploitants à chaque étape : nous les orientons vers des partenaires pour la création de leur business plan, nous leur faisons profiter de toute notre expertise pour l'aménagement du magasin et le choix dans la sélection de l'assortiment. J'insiste sur le fait que nous mettons un point d'honneur à offrir un soutien commercial et marketing, en fonction des spécificités du magasin et de sa zone de chalandise. Notre but est de créer un environnement où le gérant peut s'épanouir et réaliser rapidement des bénéfices. C'est un objectif commun !*

3 Comment faites-vous vivre et transmettre la culture Proxi au sein de votre réseau ?

A.B. : *La culture Proxi est avant tout, comme son nom l'indique, celle de la proximité ! C'est un principe qui guide chaque aspect de notre fonctionnement, depuis la logistique jusqu'à l'organisation interne. Nous sommes une entité autonome au sein du groupe Carrefour et reconnue comme telle. Cela nous permet d'adapter notre modèle pour répondre spécifiquement aux besoins et particularités des clients de nos exploitants. Certains d'entre eux ne disent d'ailleurs pas « je vais chez Proxi » mais plutôt « je vais chez untel » en donnant le prénom du gérant. Pour maintenir la cohésion au sein du réseau, nous organisons également des salons régionaux et des rencontres afin de favoriser le partage d'expérience entre exploitants. Ce n'est pas toujours évident pour eux de se déplacer mais quand ils viennent ils rencontrent d'autres gérants et repartent avec de bonnes idées... Nos équipes « en région » sont spécialement dédiées pour partager les bonnes pratiques auprès des uns et des autres.*

4 Comment anticipez-vous l'avenir du réseau Proxi face aux évolutions récentes du marché et aux nouvelles attentes des consommateurs ?

A.B. : *Je dirais qu'il faut faire preuve de polyvalence et d'adaptabilité. Nous allons bien sûr continuer à développer des services qui répondent aux besoins actuels tels que les partenariats avec des prestations complémentaires. Comme par exemple, les retraits colis ou aux lockers automatisés. La synergie du groupe permet de profiter également de baisses de prix stratégiques. Nous resterons aussi attentifs aux tendances du marché, comme le bio ou le snacking, pour toujours être en phase avec les attentes des consommateurs. Je suis convaincu que le magasin de demain devra être multi-services avec une offre alimentaire adaptée. Nous mettons tout en œuvre pour que nos partenaires soient armés pour relever ces défis.*



Accueil

Événements

Les Ventes en poupe

Vis ma vie

Du côté de chez vous

Archives

Télécharger en pdf

Contact