

— DOSSIER DE PRESSE —

OCTOBRE 2018



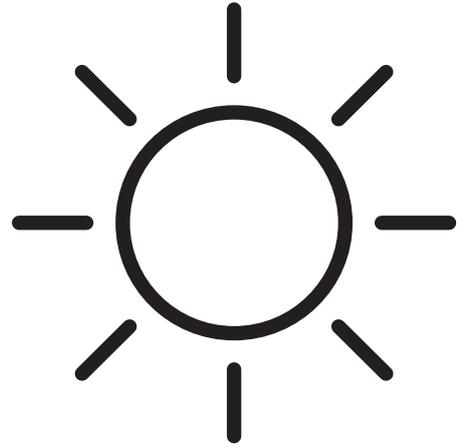
GRUPE CASINO DIRECTION DE LA COMMUNICATION

DIRECTIONDELACOMMUNICATION@GRUPE-CASINO.FR
+33 (0)1 53 65 24 29

CASINO SUPERMARCHÉS

HÉLÈNE JADOT-HENNECHART,
RESPONSABLE RELATIONS PRESSE

HJADOT@GRUPE-CASINO.FR
+33 (0)1 53 65 54 33 / +33 (0)6 73 98 43 21





DONNÉES

CLÉS



**400M²
DE SURFACE
DE VENTE
SUR 3 ESPACES**



**1^{ER} CONCEPT-STORE
UNIQUE À DEUX
PAS DES
CHAMPS-ELYSÉES**



**OUVERT
24H/24
7J/7**



**LE 1^{ER} MUR
DE SPIRITIEUX
CONNECTÉ**



**UNE CAVE À VIN
DIGITALE
ET UN SOMMELIER**

Cdiscount

**1^{ER}
SHOWROOM
PARISIEN
POUR CDISCOUNT**



**8^{ÈME}
ARRONDISSEMENT
DE PARIS**

DONNÉES

CLÉS



**BAR
À SALADE**



**CAVE
À CHOCOLAT**



**BAR À PÂTISSERIES HAUT
DE GAMME : CHRISTOPHE
MICHALAK, ANGELINA,
UNE GLACE À PARIS,
LA MERINGAIE...**



**UN PLACARD
ÉPICIER FIN AVEC
DES MARQUES
INVITÉES**



**6000
RÉFÉRENCES
ALIMENTAIRES**



**+1600
PRODUITS
BIO**



**BAR À CROC
DE CHEZ LAMÉE**

CASINO IMAGINE
LE COMMERCE
DE DEMAIN

LE « 4 CASINO »,
UN COMMERCE PHYSIQUE
AUGMENTÉ À LA
FRANÇAISE À DEUX PAS
DES CHAMPS-ÉLYSÉES



Le groupe Casino, à travers son enseigne Casino Supermarchés, et son partenaire historique Prodistribution célèbrent le métier de commerçant avec l'inauguration du « 4 Casino ». Un concept-store qui incarne le **magasin du 21^{ème} siècle** en répondant toujours mieux aux besoins et attentes du consommateur grâce **au savoir-faire Casino associé aux services connectés les plus pointus**. Le « 4 » a en effet pu voir le jour grâce à une mobilisation sans précédent des différents départements du Groupe et Prodistribution. Le « 4 » est ainsi le résultat d'une collaboration de véritables commerçants.

Depuis sa création, précurseur et avant-gardiste, le groupe Casino innove depuis 120 ans pour créer de nouveaux standards du commerce de proximité tout en s'adaptant également aux nouvelles manières de consommer. Avec son architecture d'appartement Haussmannien et sa vitrine en réalité augmentée, le « 4 Casino » s'impose comme un **lieu de vie et de bien manger à la française hors du commun, mêlant authenticité, modernité, produits de qualité et technologie**. Casino a en effet la conviction que les commerces doivent avant tout être des lieux de vie, des espaces de rencontres dans lesquels l'expertise du personnel et les nouvelles technologies sont complémentaires à une expérience conviviale pour le client.

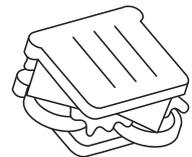
Le « 4 » est un lieu où l'esthétisme, le goût, l'échange, le conseil et la convivialité sont à l'honneur. Il propose une **expérience qui éveille les sens** du client, avec notamment au cœur du magasin un « Bar à croc » où chefs invités, grands pâtisseries, artisans et petits producteurs proposent une sélection de mets & boissons allant des produits du terroir, aux collections de pâtisseries ou encore à la dégustation de vins du monde et de nos régions, sélectionnés pour le « 4 » par le sommelier Cdiscount. **Un îlot central invite à la découverte gustative et la rencontre dans une ambiance chaleureuse**, autour de tables d'hôtes où chacun peut se restaurer à toutes heures de la journée.

Au sein des 3 espaces du magasin **les produits rares côtoient le meilleur de l'épicerie française et les produits du quotidien**. Le client peut ensuite poursuivre son expérience en prenant un verre sur place, en s'installant dans l'espace co-working le temps d'envoyer quelques mails ou de repartir avec un café à la main. **Le lieu a été entièrement pensé comme un véritable lieu de vie**, de la décoration aux produits proposés, en passant par le mobilier.



La venue dans ce lieu de vie doit représenter l'occasion pour le client de découvrir de nouveaux produits et d'être guidé dans ses découvertes. Pour cela, **le personnel est entièrement dédié au conseil et à l'accompagnement** du client. Sommeliers, équipe de serveurs et de barmans, mais aussi invités de marques, chefs prestigieux, tous ont à cœur de **transformer cette visite en un moment de plaisir**.

Le digital fait lui aussi partie intégrante du « 4 Casino ». Expériences et outils connectés inédits sont au service du client pour enrichir sa visite dans ce lieu unique. Ainsi, un Picking Wall permet d'effectuer ses courses en un seul clic et de se faire livrer à domicile toute l'offre de produits disponible sur le site www.mescoursescasino.fr. Un Mur à spiritueux connecté dernière génération aide le client à faire le meilleur choix. De nombreux autres services augmentés sont implantés pour **une expérience fluide et agréable**. Une nouvelle relation commerçant / client facilitée voit le jour grâce à Casino.



« *Nous souhaitons, avec l'ouverture du « 4 Casino », réconcilier les Français avec leurs courses. En d'autres mots, agir pour que ce moment du quotidien devienne un moment de plaisir. Notre concept-store est une illustration parfaite de la volonté du Groupe à proposer le meilleur à nos clients : une offre de produits inédits associée à une expérience ludique et pratique.* »

Tina Schuler, Directrice des supermarchés et hypermarchés Casino et Leader Price.



Un concept-store initié par Moez-Alexandre Zouari.

Entrepreneur dans l'âme, Moez-Alexandre Zouari dirige le groupe Prodistribution. Sa volonté inépuisable et ses convictions de commerçant chevronné sont à l'origine de l'aventure du « 4 Casino ».

« Il n'y a pas de proximité sans échange, sans découverte et sans service client.

La chaleur et la générosité d'un commerce vivant et incarné sont au cœur de notre proposition unique, la French Belle adresse.

L'INNOVATION AU SERVICE DU CLIENT

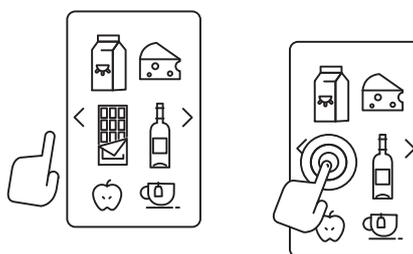


UN ACCOMPAGNEMENT CONNECTÉ POUR LUI FACILITER LE QUOTIDIEN



En 2015, l'INSEE a indiqué que 20% de la population urbaine de plus de 18 ans considérait les courses comme une corvée. Le « 4 Casino » constitue un atout précieux pour démontrer aux Français que ce moment du quotidien peut s'effectuer dans un **lieu chaleureux, qui allie plaisir, gourmandise et digital**. L'intégration de solutions connectées au sein du magasin vise en effet à rendre chaque **visite la plus facile, efficace et ludique possible** : moins d'attente en caisse, une offre démultipliée et premium, une ouverture 24h/24, etc.

Par ailleurs, à l'heure du digital et de l'explosion de la vente en ligne, la force indéniable des magasins demeure dans la possibilité de la visite physique. **L'expérience sensorielle reste clé pour les consommateurs**. Casino a décidé de l'associer aux **technologies les plus innovantes** pour accompagner au mieux chaque client dans ses courses et **faciliter son parcours** au sein du « 4 ».



■ **Le Scan Express, un service de courses connectées.** Ce système permet via l'application **Casino Max** d'accéder au **concept-store 24h/24, 7J/7**, de régler ses achats puis de passer le portail de sortie, **sans passage en caisse**. Un service simple d'utilisation, qui permet un **gain de temps considérable** pour le consommateur.

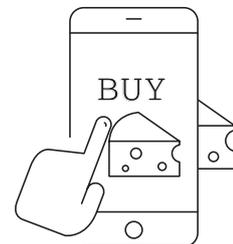
■ **Le Picking Wall** s'utilise grâce à l'application **Casino Drive**. Le client, celui qui déjeune sur le pouce par exemple, peut **en même temps effectuer ses achats sur le mur connecté**. Celui-ci recense l'ensemble des produits vendus par les enseignes **Casino**. Quand ses courses sont terminées, le client choisit son créneau de livraison et peut profiter du concept-store, tout en repartant les mains vides.

■ **Une borne itinéraire qui fonctionne avec un assistant vocal**, pour favoriser une orientation plus simple en magasin. Il suffit au client d'énoncer le produit qu'il recherche devant la borne. L'itinéraire jusqu'au produit s'affiche alors en 3D. En scannant le QR code, le client reçoit également l'itinéraire de manière instantanée sur son Smartphone.



Casino Max est l'application de fidélité des enseignes **Casino**, elle permet de cumuler un maximum de promotions exclusives et personnalisées. Elle donne également la possibilité aux utilisateurs de payer leurs courses via leur smartphone.

Au « 4 » un accès 24h/24 et 7j/7 illimité via les portiques ainsi que le paiement sans passage en caisse est disponible pour les clients détenteurs de l'application **Casino Max**.



« Avec le « 4 Casino », le Groupe fait un pas de plus dans sa stratégie de digitalisation des magasins physiques. Dans cet espace conçu avant tout comme un lieu de vie, la technologie est discrète mais bien présente pour améliorer et enrichir l'expérience du consommateur : possibilité de faire ses courses sans passer par une caisse via une application, système de détection automatique des ruptures, interfaces digitales donnant accès à une offre très élargie de produits que le client peut se faire livrer chez lui, accès à une information exhaustive sur les produits qui sont proposés dans le magasin. »



Cyril Bourgois, Directeur de la Transformation digitale du groupe Casino



LA TECHNOLOGIE

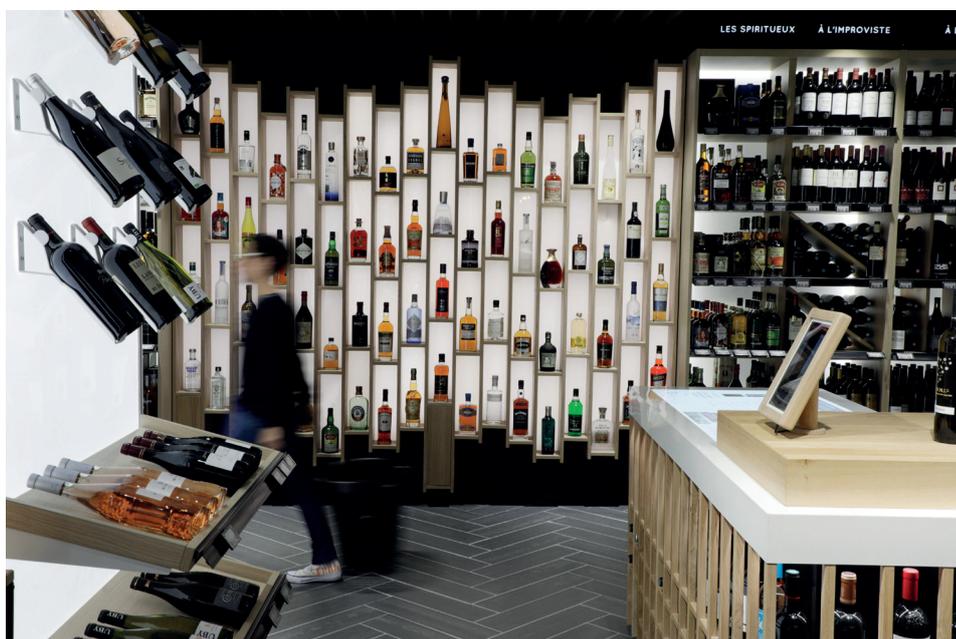
UN OUTIL DE PERSONNALISATION ET UNE AIDE AUX CHOIX LUDIQUES

Personnalisation, conseil et accompagnement sont les mots d'ordre des consommateurs du 21^{ème} siècle. Dans l'optique **d'aider toujours plus ses clients dans leur expérience en magasin**, Casino a implanté, au sein de ce magasin hybride, différents **services connectés inédits** pour les guider au mieux. Ces technologies augmentées constituent un véritable prolongement du conseil apporté par les experts Casino.



Mis en place par Cdiscount, le **Mur à spiritueux** prend ses marques au sein de l'espace La Cave. Un mur, aux jeux de lumières intelligentes, dans le but d'identifier la bouteille idéale pour le client, selon une liste de critères personnalisés. Ainsi, le consommateur renseigne ses préférences sur une tablette disponible au sein du corner, les bouteilles correspondant le plus à ses critères restent les dernières illuminées.

La **Table Vin**, également installée au sein de l'espace La Cave, est une table connectée, permettant au client via un simple scan de la bouteille d'obtenir des **informations sur le vin choisi ainsi que des conseils de dégustation**. Un outil, qui favorise la transparence tout en permettant au consommateur de mieux se projeter dans son achat.





Toujours dans cette dynamique d'aide aux choix, le « 4 Casino » a créé pour ses clients un **showroom Cdiscount**. Un espace où meubles, décorations et objets sont exposés pour mettre en valeur les produits disponibles sur le site de l'enseigne. Le **Miroir connecté propose au client une expérience immersive**.

■ **Le Miroir connecté** affiche des produits selon une segmentation donnée. Cette sélection affinitaire s'appuie sur une reconnaissance faciale (âge, sexe).



« Nous sommes ravis de l'ouverture de ce premier showroom Cdiscount qui concentre le meilleur de l'innovation et des tendances développées pour nos clients. Il reflète la relation d'audace et de proximité que nous entretenons avec eux depuis 20 ans, en les accompagnant dans leur quotidien que ce soit pour la décoration de leur intérieur, ou le choix d'une bouteille de vin. Ce nouvel espace nous permet d'exposer notre conception de l'expérience client : une expérience totalement fluide, multicanal et complètement intégrée aux moments de vie. »



Emmanuel Grenier, président de Cdiscount



UNE OFFRE DE QUALITÉ
FRAICHE ET GOURMET

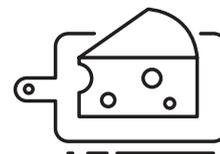


SYMBOLE DU SAVOIR-FAIRE CASINO



Depuis 1901, le groupe Casino place le goût et la qualité au cœur de son offre produits. **Le goût, le bien-manger et la fraîcheur** constituent des valeurs intrinsèques à la marque. Le « 4 Casino » incarne pleinement ce savoir-faire Casino. Sont aujourd'hui réunis dans ce lieu unique :

- le meilleur de l'épicerie française (Angelina, Mère Mimosa, L'Artisan Popol, Mariages Frères, etc.) ;
- des produits rares (sélection d'eaux et de bières du monde entier ;
- des références du quotidien.



Conçu comme **un véritable lieu de vie**, le « 4 Casino » propose différents espaces pour découvrir de nouvelles saveurs, goûter des produits originaux mais aussi déguster de manière chaleureuse au sein même du concept-store. Dans cette volonté, un bar, composé d'une **sélection fine de fromages charcuteries et pâtisseries**, fait place au centre du rez-de-chaussée. Véritable espace d'échange avec les artisans des métiers de bouche, le client y découvre une sélection différente chaque jour, composée par des invités prestigieux : **chefs, grands pâtisseries, artisans et petits producteurs.**

■ ■ Un « **bar à croc** », où le client peut déguster de délicieux croque-monsieur signés Lamée ;

■ ■ Un « **bar à pâtisseries haut de gamme** », proposant des marques internationalement reconnues, telles Angelina, les Pavlovas de la Meringaie, les glaces Bio Marguerite du père, les créations glacées Une glace à Paris. **Des invités de haute renommée**, comme Christophe Michalak, y proposent leurs pâtisseries irrésistibles.

■ ■ Des **chefs étoilés et des primés** :

- **Fanny Rey**, ambassadrice de la marque Casino ;
- Les délicieuses **charcuteries** des Réserve Loste ;
- **Les chocolats Chapon**, primés à quatre reprises au « Européen Bean-to-bar Compétition 2018 » et au « French cocoa Award » ;
- **Joris Pfaff, élu Meilleur Torréfacteur de France 2014**, une consécration qui est venue saluer le travail de 3 générations de torréfacteurs passionnés.

Pour continuer à éveiller les sens des clients tout au long de leur parcours, d'autres corners ont été imaginés :

■ ■ **Une cave à chocolat, concept inédit**, se plaît à réveiller la gourmandise des petits et des grands. Une sélection du grand chocolatier français Valrhona est présente au sein de ce corner.

■ ■ Un corner boulangerie avec du bon pain et des viennoiseries cuits sur place.

Le « 4 » fait la part belle aux **produits biologiques** :

■ ■ 30% de l'offre est biologique, soit un peu plus de 1 600 références ;

■ ■ Les fruits et légumes sont issus de l'agriculture biologique ;

■ ■ L'entièreté de l'alimentation à destination des bébés est certifiée biologique.

Le **bon goût à la française** est lui aussi célébré avec une offre de produits premium et gourmets ainsi qu'à travers des références de la marque distributeur, dont Casino Délices ou encore Casino Terre & Saveurs. L'offre snacking, dont de l'ultra frais, mise à l'honneur. Elle est notamment composée d'un corner de **fruits frais découpés** et de **jus détox**. Casino a ainsi à cœur de proposer à ses consommateurs un large choix de produits pour répondre à toutes leurs envies de consommation.



« Le « 4 Casino » reflète la volonté du Groupe d'innover et de toujours proposer le meilleur à ses clients. Dans cette nouvelle adresse, le bon goût à la française et le bien-manger sont à l'honneur et sont accessibles. Les innovations produits, l'offre premium et qualitative, associées aux expériences digitales exceptionnelles, en font un endroit unique. »

Tina Schuler, Directrice des supermarchés et hypermarchés Casino et Leader Price.

DES PARTENAIRES ICONIQUES

AU CŒUR DU PROJET DU « 4 CASINO »



Le « 4 » est le fruit d'une cohésion de différents savoir-faire à l'origine de ce lieu hors du commun. Casino a réuni le meilleur des compétences extrêmement spécifiques et pointues pour créer le magasin de demain. Un lieu de vie pensé et réalisé pour le client, à son service pour lui apporter un meilleur confort lors des courses.

Les partenaires qui ont apporté leur pierre à l'édifice au projet :

Reinsdyr

Reinsdyr, agence de communication intégrée du groupe CA COM a participé au projet dès sa genèse en définissant le concept du magasin et des expériences digitales. Elle a également conçu le design d'espace ainsi que l'identité globale du flagship « LE 4 Casino ».

ITAB

Le groupe ITAB développe, produit et installe de nouveaux concepts personnalisés de magasin, des solutions innovantes pour l'encaissement, l'éclairage LED professionnel et des aménagements intérieurs. ITAB a ainsi contribué au projet du « 4 » pour concevoir un magasin où les clients se sentent bien.

XXII

Composée de scientifiques et développeurs, XXII est spécialisée en intelligence artificielle et réalité augmentée/virtuelle dans les secteurs du retail, de l'industrie et de la sécurité. XXII a contribué à développer au sein du « 4 » un système de vidéo intelligente au sein du concept-store.

QARNOT

Qarnot, pionnière dans le domaine du cloud distribué et du bâtiment intelligent, a développé une technologie de récupération de la chaleur informatique. Cette solution de cloud computing distribué réduit fortement l'empreinte carbone de l'informatique tout en offrant une chaleur écologique et gratuite. Qarnot a ainsi permis au « 4 » d'être le premier concept-store à bénéficier d'apport de chaleur informatique de récupération.

IBM

IBM est le partenaire de confiance des organisations qui, dans un contexte fortement concurrentiel, doivent se réinventer sans cesse en tirant parti entre autres des plateformes Cloud et d'Intelligence Artificielle. Grâce aux solutions Watson IoT dans le Cloud IBM (des capteurs positionnés dans les meubles froids), le « 4 » bénéficie d'une meilleure garantie de la chaîne du froid.

HMY

Leader international de l'équipement et des services 360° pour les surfaces de vente a accompagné ProDistribution et Casino pour l'agencement et la fabrication du mobilier présent au sein du concept store « Le 4 ».

Bryanthings

« Bryanthings est une start-up du groupe RC-Concept qui crée des meubles connectés et des applications sur mesure pour le luxe et le retail. « Nous transformons l'expérience client en boutique et donnons une dimension digitale aux espaces de vente. »

Plus précisément, Bryanthings a mis en place dans le 4 Casino le mur des spiritueux permettant d'afficher par un jeu de lumière le spiritueux correspondant au besoin du client. Par ailleurs, Bryanthings a également fourni la table des vins et le dispositif software associé (informations recueillies sur la base de données du partenaire Twil et projetées via le rétroprojecteur).

Find & Order

Find & Order propose aux hypermarchés, centres commerciaux ou aéroports une carte 3D et un module de guidage fonctionnant comme un GPS de voiture, à intégrer dans leurs applications mobiles. Find & Order a instauré via la borne itinéraire un système d'aide aux consommateurs pour trouver plus facilement leurs produits au sein du magasin.

SES-imagotag

Partenaire privilégié des commerçants dans l'utilisation des technologies numériques en magasin, SES-imagotag a installé au sein du « 4 » des étiquettes intelligentes.

TWIL

TWIL est le partenaire « vin » qui met à disposition sa technologie digitale et ses bases de données pour repenser l'expérience d'achat en magasin. Au sein du « 4 », les clients accèdent, grâce à TWIL, à l'histoire du vigneron, la composition du vin et des conseils de dégustation ou d'accords mets/vins en fonction de la bouteille choisie.

3hProd

Agence de production spécialisée dans la création de contenus et d'expériences digitales innovantes, 3hProd a contribué à la dynamisation de l'image avant-gardiste du « 4 ».

GREENYELLOW

GreenYellow est un acteur majeur de la transition énergétique, qui propose à ses clients un ensemble de solutions éprouvées, adaptées et économiquement profitables, leur permettant de maîtriser leurs consommations d'énergie, de réduire leur facture et leur empreinte écologique. GreenYellow a œuvré pour l'efficacité énergétique de ce projet, notamment dans le choix et le dimensionnement de son éclairage pour combiner confort visuel et esthétique. Pour compléter la stratégie de contrôle et d'optimisation de la consommation de ce site, GreenYellow a installé un système de monitoring énergétique. Cette supervision permet aux équipes de GreenYellow de suivre à distance et en temps réel les performances énergétiques du magasin afin d'en assurer une consommation énergétique optimale en adéquation avec les besoins de ses clients en surface de vente.

ALKEMICS

Alkemics est une plateforme permettant aux marques et aux distributeurs de partager des informations de manière digitalisée, à travers toutes les étapes de leur mise sur le marché. Alkemics permet aux marques de mettre à disposition du consommateur une information produit riche et authentique au « 4 ».

PANASONIC CORPORATION

Panasonic Corporation est un leader mondial dans le développement de technologies et solutions électroniques destinées aux consommateurs des secteurs de l'électronique grand public, du logement, de l'automobile et aux utilisateurs de solutions B2B. Panasonic utilise ses technologies pour simplifier le quotidien et l'environnement de ses clients et leur apporter une valeur ajoutée au travers des innovations qu'il développe. Pour le « 4 », il a développé des technologies digitales dont la vocation est de faciliter les parcours clients.

SFD

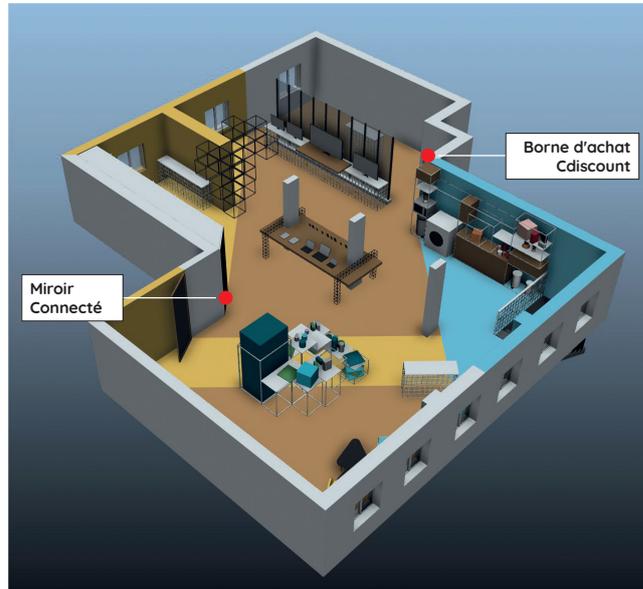
SFD Systems est une société anglaise de technologie dans le secteur du retail. La société développe et déploie une technologie numérique de pointe pour rendre les magasins plus intelligents et plus efficaces. La technologie Digital Shelf Edge de SFD a été installée au sein du "4 Casino" afin de participer à la création d'un commerce augmenté. Ainsi, les écrans vidéos positionnés sur les rayons informent et divertissent les clients via du contenu multimédia.



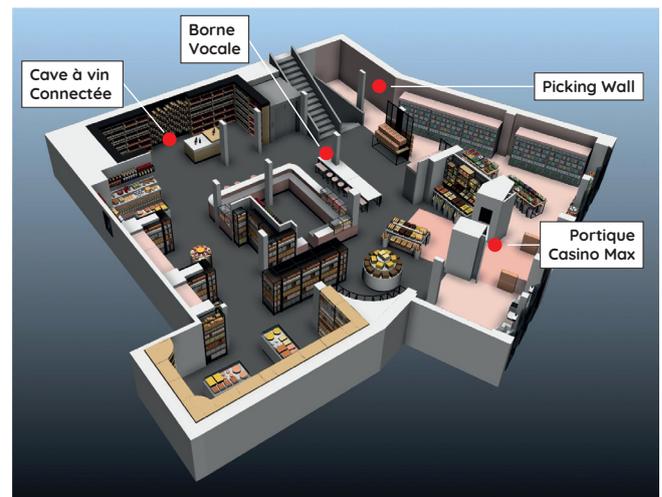
POINTS

DIGITAUX

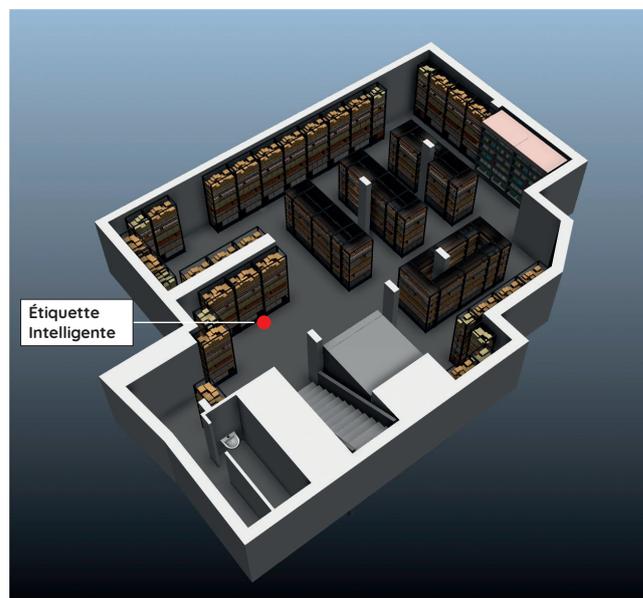
INCONTOURNABLES



NIVEAU 1



RDC



NIVEAU -1



— 4 avenue Franklin Delano Roosevelt —
75008 Paris