



franprix lance son **nouveau** **concept magasins**

dossier de presse • juin 2024

Près de 10 ans après Mandarine, franprix lance son nouveau concept magasins avec 2 ambitions : **devenir le meilleur voisin chez qui on aime faire ses courses et ancrer sa place d'enseigne de proximité préférée des urbains.**

Un nouveau tournant dans la vie de franprix qui revient sur **les fondamentaux de son métier de commerçant**, affirme davantage **son rôle d'acteur local**, et cultive ses atouts : **l'innovation et l'adaptation permanente.**

franprix 

Un concept magasins étendard de la stratégie de Philippe Palazzi



franprix se réinvente pour être au plus près de vous.

Aujourd'hui, nous lançons le premier pilote de notre nouveau concept de magasins franprix à l'occasion de l'inauguration du franprix Belgrand dans le 20^{ème} arrondissement de Paris.

Ce projet vise deux objectifs principaux :

- pour les consommateurs : offrir une expérience d'achat exceptionnelle, alliant plaisir et satisfaction. Chaque visite doit répondre parfaitement à leurs besoins et leurs attentes en termes d'assortiment et de confort d'achat ;
- pour nos partenaires franchisés : booster la fidélité de leur clientèle et attirer de nouveaux clients afin de développer leur chiffre d'affaires et améliorer leur rentabilité. Parce que leur succès est notre succès !

Ce projet, fruit d'une collaboration étroite avec nos franchisés, marque un tournant significatif pour notre marque. Ensemble, nous redéfinissons l'avenir de franprix.

Philippe Palazzi, Directeur général Groupe Casino





Un concept qui s'inscrit dans le nouveau projet d'entreprendre de franprix : **oxygène**

La proximité est notre savoir-faire depuis plus de 60 ans et nous avons toujours **su nous réinventer pour en bousculer les codes et garder un quart d'heure d'avance sur la concurrence.**

Aujourd'hui avec le projet oxygène, nous redéfinissons notre rôle de commerçants dans nos quartiers, dans la ville et ce, au service de nos clients et de nos franchisés partenaires.

Un état d'esprit rupturiste et collaboratif qui place nos franchisés et nos équipes comme acteurs de la réflexion pour être encore plus ancrés dans la réalité terrain et être plus justes dans nos décisions. Car, finalement, qui mieux que ceux en contact quotidien avec les clients pour nous conseiller sur les choix à opérer.

La première illustration de ce beau travail participatif est ce nouveau concept magasins sur lequel nous avons réussi **à conjuguer expérience d'achat plaisir et conviviale pour nos clients, à économies et performance commerciale pour nos franchisés.**

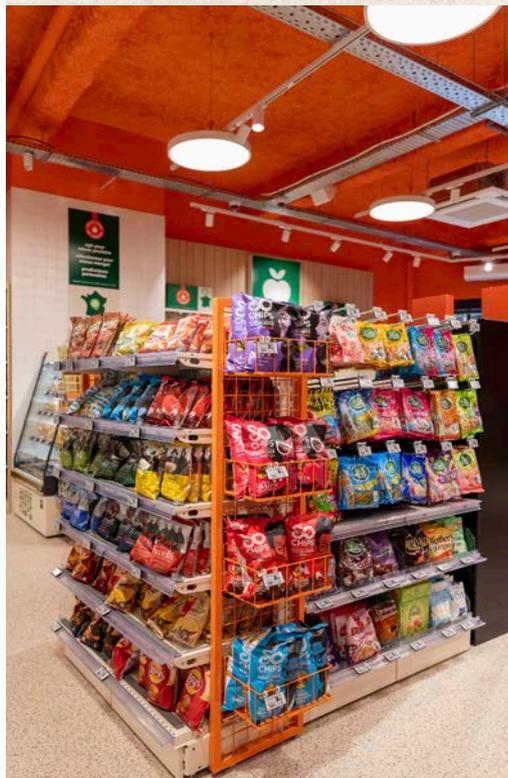
Une nouvelle ère s'ouvre pour franprix. **Avec toutes nos équipes et nos franchisés, nous œuvrons, chaque jour, pour continuer de faire de franprix la référence de la proximité en ville.**

Vincent Doumerc, Directeur général franprix



Un test de 3 mois pour adresser la meilleure version à ses franchisés

Pour ce nouveau concept, franprix ne déroge pas à ses habitudes qui ont fait leurs preuves. L'enseigne agile et en évolution permanente a décidé dès le mois de juin, de tester son nouveau concept dans 3 magasins. **Une démarche de test & learn qui lui permettra d'être juste dans sa proposition qu'elle adressera officiellement à ses franchisés à l'automne.**



Magasin de dépannage : 276 avenue Daumesnil, 75012 Paris – 156 m²
Magasin complémentaire : 54 rue Belgrand, 75020 Paris – 272 m²
Magasin Référent : 112 rue Cardinet, 75017 Paris – 633 m²

Un concept qui repose sur 2 piliers : l'expérience client et le business

Véritable projet d'entreprendre, oxygène est un équilibre habile de l'enseigne à insuffler sa vision de la proximité, celle d'aujourd'hui et de demain, tout en préservant les règles premières du commerce.

Alors pour garder un temps d'avance, l'enseigne urbaine s'est concentrée à répondre à 2 enjeux stratégiques :

- Offrir **une expérience et un parcours client au service de l'inspiration, de l'achat plaisir et de la convivialité.**
- Proposer **un modèle dynamique, évolutif et performant** à ses franchisés.



Avec oxygène l'enseigne aspire à être encore **plus proche des urbains, renforcer son utilité et cultiver son esprit sympathique et accessible.**

franprix souhaite devenir « **le meilleur voisin** » chez qui on aime faire ses courses.

De la proximité, de la proximité et de la proximité !

Métier premier de l'enseigne, la proximité a naturellement été placée au cœur du nouveau concept et a guidé tous les choix stratégiques. **franprix renforce ainsi sa vision de la proximité avec des partis-pris forts :**

- Renforcer son ancrage local et participer au dynamisme économique et social en ville.
- Rester en harmonie avec son environnement en continuant de trouver des solutions engagées, vertueuses et solidaires.
- Améliorer continuellement l'expérience d'achat avec des magasins qui vivent au rythme de la vie de quartier, des saisons, des mouvements de la ville, des tendances et des attentes consommateurs.
- Remettre l'humain au cœur de la vie du magasin en multipliant les points de contact et d'interaction.
- Offrir une proposition facilement déployable, peu coûteuse et en faveur du business des franchisés.

UN concept, TROIS modèles commerciaux pour être encore plus affinitaire

À l'heure où l'enseigne a réussi à s'installer dans de nouveaux territoires, de nouveaux quartiers, franprix a opté pour une segmentation en 3 modèles commerciaux pour permettre à ses franchisés d'être au plus proche des besoins du quartier d'implantation et de mieux adresser leurs offres et services.

Magasin de Dépannage, de moins de 300 m²

Pratique, accessible rapidement, il comble les besoins urgents.

Magasin Complémentaire, entre 250 et 500 m²

Ce magasin est idéalement situé à proximité de chez soi ou du bureau. Une position stratégique qui permet de compléter ses courses sur des besoins spécifiques et d'accéder à des services pratiques et utiles.

Magasin Référent, de plus de 450 m²

Véritable supermarché, sa largeur et sa profondeur d'offre permet de faire son plein de courses et de profiter de promotions et prix attractifs.



« Nous voulons permettre à nos franchisés partenaires d'être le plus cohérent possible avec la surface de leur magasin, leur clientèle et leurs habitudes de consommation. L'objectif est simple : améliorer le CA/m² en adaptant à chaque surface la meilleure offre possible avec plus de choix, la meilleure approche MDD et une stratégie promotionnelle optimale pour faire de nos magasins des lieux dynamiques, attractifs et prospères.

François Alarcon, Directeur Général Adjoint en charge de la Franchise & des Opérations

Un concept **co-pensé** par franprix et ses franchisés

Être au plus près de la réalité terrain, des attentes des clients et de leurs besoins, c'est interroger et consulter ceux qui sont en contact quotidien avec le magasin et sa clientèle. Dans cette logique, franprix a mené son projet dans une démarche de CO : collaboration, co-construction, co-responsabilité et cohésion.



franprix est pour moi, une histoire de famille qui dure depuis 45 ans. Ce projet de nouveau concept réveille en moi beaucoup de fierté car j'ai pu apporter ma pierre à l'édifice. Un projet de grande ampleur auquel j'ai été régulièrement consulté pour donner mon avis et soumettre des idées. Aligné sur les choix opérés, j'ouvrirai à la fin de l'été mon 6^{ème} magasin aux couleurs du nouveau concept.

Emmanuel Hamiache,
franchisé

franprix devient un « food hall » de proximité

franprix prend un nouveau virage et vient encore bouleverser les codes de la proximité en transformant ses magasins en *food hall*. Des lieux singuliers qui mêlent décoration pétillante, ambiance unique, chaleureuse et conviviale. **Un lieu où l'on peut manger selon ses envies et à toute heure, partager, découvrir, acheter, regarder. Un lieu de vie où l'agréable se joint à l'utile.**



« Avec ce nouveau concept, nous avons retravaillé en profondeur notre offre de produits et services pour replacer le plaisir et la praticité au cœur de l'expérience d'achat. L'offre a été pensée par moments de consommation et enrichie de produits d'impulsion, d'innovations et de produits engagés pour être au plus près des attentes des urbains. Les services sont mieux valorisés avec des solutions utiles et pratiques qui simplifient la vie de nos clients : lockers Amazon et Vinted, prêt d'objets, consigne à bagages...

Laurent Rapoport, Directeur Exécutif en charge de l'offre, du marketing et du digital

Pratiques, ces nouveaux temples de la food proposeront une offre de restauration variée en un seul et même endroit.

Encore plus de choix

Une offre plus dense avec plus de références au m², du crossmerch pour nourrir l'inspiration, plus de MDD pour couvrir tous les budgets, plus d'innovations pour se faire plaisir et toujours les marqueurs enseigne qui, ici, se renouvellent.



Signature de l'enseigne, le duo poulet-pommes de terre évolue avec différents accompagnements au choix (haricots, riz, légumes du soleil, frites) ou se croque en tenders.

Une offre et une implantation façon hall gourmande, pensées par moments de consommation

Petit déjeuner, déjeuner, apéro, goûter... impossible de ne pas trouver ce que l'on cherche ! Plus visible et lisible, franprix propose un rayonnage et une offre adaptés aux habitudes de consommation des urbains.



Des formules « prêtes à dévorer »

À l'heure du déjeuner, franprix propose des menus (plat, dessert, boisson) à manger sur le pouce, à prix fixe et accessible : 5,50€.



Des produits engagés pour donner plus de sens à ses achats

Des cafés qui permettent l'insertion professionnelle de personnes en situation de handicap (Café Joyeux) ; des chips et des biscuits apéritifs qui co-financent des encas aux personnes en situation de précarité (RamDam social) ; des cookies handi-gaspi (Et tok !) ... **franprix encourage à changer ses habitudes et à préférer des produits à impact positif** en dénichant des partenaires engagés et en proposant des prix identiques à ceux des marques nationales de référence.

Nouveau : sélection de saison franprix

franprix lance sa marque de fruits et légumes « sélection de saison franprix ».

Une marque évocatrice qui proposera d'ici la fin de l'année, une vingtaine de références produits, simples, bons et récoltés en pleine saison. À découvrir en ce moment : le melon de Cavaillon et les tomates des frères Besnard produites à moins de 70 km de Paris.



La bonne nouvelle :

les machines à café en libre-service proposeront exclusivement du café solidaire Café Joyeux !

De l'ultra frais

Dès l'entrée, une allée primeur proposant des promos de saison donne le ton. Entourée de plusieurs corners thématiques proposant fruits découpés prêts à manger, snacking traiteur chaud ou froid, jus pressés à froid, légumes à croquer... **manger sain et équilibré devient à portée de main.**

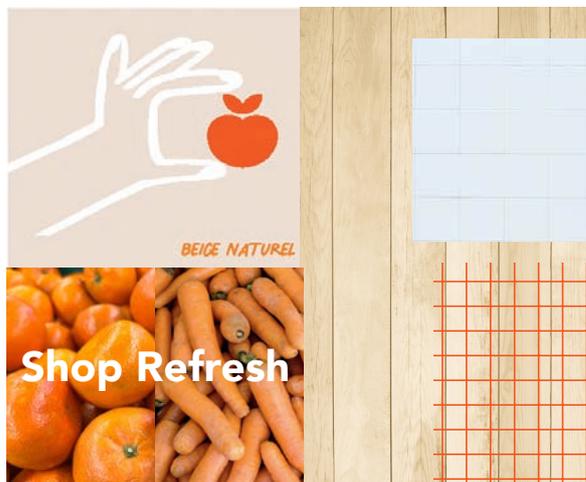
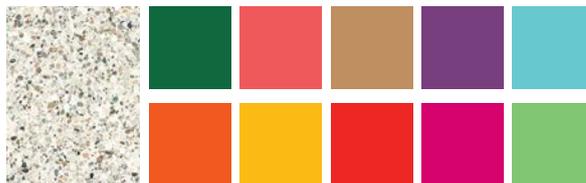


Une expérience et un parcours qui mêlent convivialité et plaisir

Une ambiance chaleureuse et réconfortante

franprix casse les codes du marché en immergeant ses clients dans une ambiance chaleureuse et conviviale qui mêle couleurs solaires et naturelles, teintes pétillantes, voire néon, matériaux naturels et responsables (bois, composite), éclairage doux pour favoriser le confort d'achat et plantes.

Un esprit « comme à la maison » original et résolument moderne.



Pour optimiser les coûts, franprix a appliqué la technique du *home staging* habituellement utilisée chez soi ou dans l'immobilier.

Du retail staging respectueux de l'environnement

Les modèles de magasin ont été pensés pour réduire leur empreinte environnementale.

- Le mobilier existant des magasins est réutilisé et customisé.
- Les sols sont en matière recyclée et sont recyclables.
- L'éclairage LED est optimisé et évolutif.
- L'ensemble des couleurs a été choisi pour une meilleure restitution de lumière.
- Les mobiliers froids sont moins énergivores et plus performants.
- La signalétique est en papier carton pour la mettre à jour facilement.

Un parcours d'achat **simplifié**

Que l'on vienne pour son plein de courses ou pour le déjeuner, impossible de ne pas trouver son bonheur. franprix a scindé ses magasins en **2 zones distinctes**. La première colorée et gourmande est dédiée au parcours court **Fresh** et la seconde est réservée aux **courses market**. Plus lisible et simplifié, les clients pourront flâner dans le magasin et s'orienter grâce aux têtes de gondole thématiques qui leur permettront d'entrer dans les différents univers : goûter, beauté, promo...



Joindre l'agréable à l'utile

Loin d'être un détail esthétique, ce quadrillage acidulé est **l'un des nouveaux marqueurs forts** de l'enseigne. Accolé à tous les rayons, il vient nourrir l'inspiration et susciter l'envie.

Des devant de caisse plus récréatifs

Terminé le monopole du chewing gum en caisse, **frangeprix révolutionne l'achat d'impulsion** avec des friandises, des pochettes surprises, des fruits à l'unité, des brumisateurs ou encore du beauty to go. Une offre qui évoluera au fil des saisons et des tendances.

franprix un hub de services unique

Pratiques et utiles pour les urbains, générateurs de trafic et de business pour les magasins, franprix a décidé de mettre en lumière ce qui fait sa singularité : les services.

Des services responsables

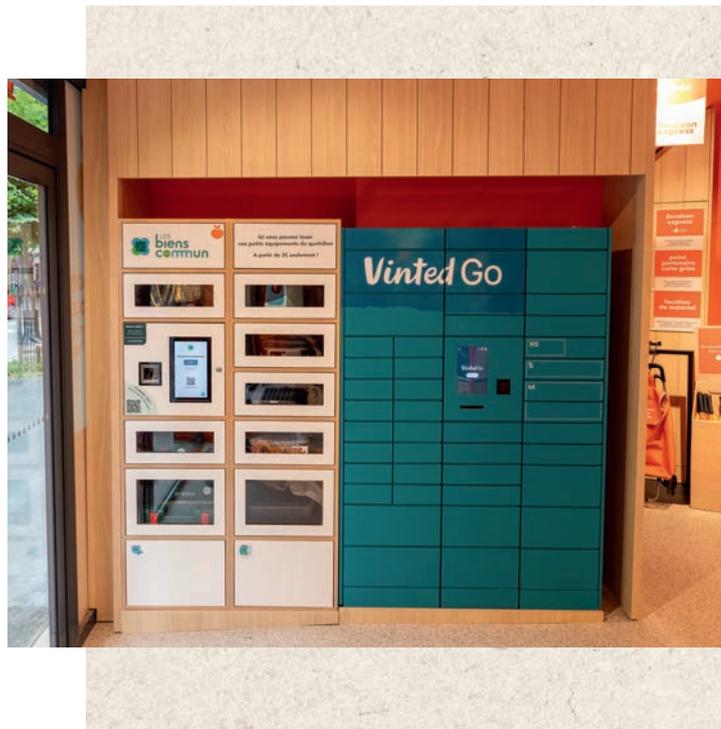
- Consignes autonomes Vinted Go pour déposer ou retirer un colis de 2nde main.
- Casiers connectés Les Biens en Commun pour louer un équipement du quotidien à petit prix.

Des services pratiques

- Gardiennage de clés pour retirer et déposer les clés de sa location.
- Bagagerie sécurisée pour visiter la ville les mains libres.
- Station de recharge de batteries de vélo électrique en libre-service Lime...

Des attentions pour tous

- Les bouquets de la semaine au petit prix fixe de 6,99€, idéal pour parer à toute invitation de dernière minute ou se faire plaisir.
- Des pochettes surprises pour petits et grands enfants.
- Et toujours, les prêts de parapluies et de chariots ou encore la livraison à domicile.



Humanisation et esprit « bon voisin »

Demander un conseil, connaître les équipes de son magasin de référence, prendre le temps d'échanger en caisse... avec son nouveau concept, **franprix** replace l'humain et l'interaction au cœur de son métier de commerçant.

En qualité de « bon voisin », l'enseigne renforce également son ancrage local et son rôle d'acteur dynamique de la vie de quartier et de la ville en multipliant les initiatives et les attentions :

- Des caisses physiques exclusivement pour papoter librement ou demander conseil.
- Une exposition d'œuvres d'artistes locaux pour révéler les talents cachés de la ville.
- Un parcours client ponctué de plusieurs points de contact égrenés dans le magasin pour récolter les avis clients (QR code à flasher) et s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue.
- Les « coups de cœur de l'équipe » qui comme en culture, mettent l'accent sur des produits élus chouchous que ce soit pour leur goût, leur démarche ou encore leur rapport qualité/prix.
- Un tableau de petites annonces en libreaccès pour favoriser l'entraide inter-voisinage.



Quelques chiffres clés

- Un parc de **1100 magasins hétéroclites**
- **80%** franchisés et **20%** intégrés
- Expansion : un parc en forte croissance avec plus de **330 ouvertures réalisées** en 2022 et 2023
- **4 régions** prioritaires : Paris-Île-de-France, Auvergne Rhône-Alpes, PACA et Pays de la Loire
- **370 777 m² de surface** de vente totale
- **371 m² de surface** moyenne



Quelques dates clés

- **1958** : naissance de l'enseigne franprix à Paris
- **1997** : prise de contrôle par le groupe Casino
- **2006** : ouverture du premier magasin franprix à Lyon
- **2010** : arrivée de franprix à Marseille
- **2015** : lancement du nouveau concept franprix Mandarine
- **2017** : Mandarine devient « Vitaminée »
- **2020** : lancement de darwin
- **2022** : ouverture du 1000^{ème} magasin franprix à Marseille
- **2024** : lancement du nouveau concept magasins oxygène

À propos de franprix :

Avec ses 1100 points de vente en Île-de-France et dans les grandes villes du couloir rhodanien et de l'arc méditerranéen, franprix, intégrée au groupe Casino, est l'enseigne de proximité des grandes villes métropoles. franprix est très attachée à la dimension humaine du commerce. Ses points de vente font partie de la vie quotidienne de ses clients. franprix propose une offre alimentaire complète qui répond aux attentes des citadins en quête de qualité, d'innovation, d'authenticité et de goût. L'enseigne propose également des services de proximité afin de faciliter la vie de tous les jours de ses clients. Son concept de magasins, qui associe lieu de vente et lieu de vie, a été récompensé en 2019 par le Trophée LSA de l'Innovation et le Janus du commerce. En 2024, l'enseigne a été lauréate des Awards Franchise & commerce associé de l'Express dans la catégorie RSE. www.franprix.fr/@franprix

contact presse

Déborah PETIT

06 10 24 08 20

d.petit@highco.fr

franprix 