

Juillet 2025



**LE RENOUVEAU
d'une marque iconique**

**A SPAR
IS BORN * #**

*un nouveau SPAR est ouvert

Depuis plus de 10 ans, SPAR n'avait pas repensé en profondeur son concept de magasin. Le lancement de SPAR Origines (nom interne du concept), avec l'ouverture du magasin de Luynes début juillet, marque un tournant décisif : le renouveau d'une marque historique, fer de lance du recentrage du groupe Casino sur une proximité humaine, rentable et moderne.

Dans un contexte de transformation rapide des usages (snacking de qualité, praticité, consommation locale, exigence de services), SPAR réaffirme sa vocation : être une marque ancrée dans les territoires, incarnée par des commerçants indépendants, les " Spartenaires ", et capable de parler à tous les publics, dans une logique de croissance durable.

Le nouveau concept SPAR s'inscrit dans la lignée des récentes initiatives du groupe Casino : le concept de restauration à emporter La Cantine chez Monoprix, le concept " Oxygène " chez Franprix, ou encore La Ferme chez Naturalia et la rénovation des magasins de proximité à marque Casino. Un mouvement cohérent au service d'un modèle de distribution plus connecté aux usages, ancré dans les territoires, et soutenu par les commerçants.

" Nous sommes convaincus que la proximité est une réponse aux besoins des Français. Avec ce SPAR nouvelle génération nous voulons bâtir cette proximité en nous appuyant à la fois sur les territoires, sur nos commerçants partenaires et sur une offre adaptée aux nouveaux modes de consommation."

Philippe PALAZZI, Directeur Général du groupe Casino

" Ce concept a été pensé avec et pour nos commerçants. Il leur donne les moyens de révéler leurs talents, d'adapter leur magasin à leur clientèle, tout en partageant une vision commune de la proximité : exigeante, chaleureuse et ancrée dans la vie locale ", souligne Magali DAUBINET-SALEN, Directrice Générale des marques Casino, SPAR et Vival.



LE NOUVEAU CONCEPT SPAR

un modèle modernisé, local et flexible

Un concept co-construit avec le terrain, pensé pour les commerçants et les clients.

SPAR Origines est un concept pensé comme une boîte à outils : chaque magasin peut choisir son niveau d'intégration au concept, en fonction de son territoire, de sa clientèle et de sa taille.

Les objectifs du concept

- ④ Moderniser l'expérience client : clarté, confort, rapidité, théâtralisation de l'offre
- ④ Renforcer l'image de SPAR comme une marque de proximité moderne, qualitative et conviviale
- ④ Valoriser les savoir-faire traditionnels des Spartenaires (boucherie, cave, poissonnerie, snacking...)
- ④ S'adapter à chaque territoire



Les piliers du concept

- ④ Un design visuel repensé : signalétique claire, nouveaux matériaux et merchandising intuitif
- ④ Snacking & restauration à emporter au coeur du concept : une zone retravaillée, attractive, adaptée aux rythmes urbains et saisonniers
- ④ Des rayons " passion " : cave à vin, produits du monde, bio, local, snacking, produits bien-être...
- ④ Des services pratiques et humains : parcours client simplifié, communication claire, espaces modulables
- ④ Une façade moderne et lumineuse, ouverte sur l'intérieur, qui allie élégance contemporaine et accueil chaleureux

CHIFFRES CLÉS : le réseau SPAR en France

Enseigne implantée en France depuis 1955, franchisée par le groupe Casino depuis 1995.

+/- 800 POINTS DE VENTE EN FRANCE
dont
UNE CENTAINE DE + DE 400 M²



SPAR,
une marque mondiale

PRÉSENTE DANS 49 PAYS

13 500 MAGASINS SPAR DANS LE MONDE

Une marque reconnue internationalement et
adaptable localement

FOCUS SUR LUYNES : un magasin pilote

Le SPAR de Luynes (13), inauguré en juillet 2025, est le premier magasin à incarner pleinement le nouveau concept SPAR. Situé dans un quartier en plein développement à Aix-en-Provence, il incarne une nouvelle génération de commerces avec : une zone snacking repensée, chaleureuse et accessible ; une signalétique modernisée ; une offre locale valorisée, avec produits bio et du terroir et un parcours client fluide et attractif.



+ 2 300 nouvelles références produits

Le magasin de Luynes bénéficie d'une offre enrichie avec plus de 2 300 références supplémentaires, pour une expérience d'achat complète et qualitative, couvrant l'alimentaire, le non-alimentaire et les produits pratiques du quotidien. Au total : 7 600 références sont proposées.



400 références en snacking et restauration rapide

Zone snacking centrale avec produits chauds My Pie, sushis, fruits découpés.
Menus " Essentiel " à prix réduit
(ex : sandwich + boisson + dessert = -2 €)
Offre " Access " avec sandwichs à moins de 2 €
Boissons fraîches : jus, bières, champagne, vins rosés au frais.

300 références locales et régionales mises en avant

160 produits du département des Bouches-du-Rhône (13) : Calissons du Roy René, La Fermière, Jean Martin, Biscotte Roger, Comptoir des Salaisons.
40 produits du département du Var (83) : saumon fumé Fumaison Provençale, vins de Bandol.

Partenariats avec les commerçants voisins : rôtisserie, boulangerie...

Des produits italiens, anglais, corses...

Une cave à vin régionale et experte – Sélection Club des Sommeliers et gamme Grandes Réserves, plusieurs fois médaillées.

Une marée traditionnelle proposée chaque fin de semaine

Des services concrets pour la vie quotidienne



Distributeur de café



Micro-ondes à disposition



Snackings



Boissons fraîches



Livraison à domicile



Zone de recyclage (piles, DEEE, cartouches)



Cash-back en caisse



Conciergerie de clés avec Keynest



Zone de dépôt des sacs, pensée pour les étudiants du quartier

À RETENIR :

SPAR, une marque qui parle 49 langues

Avec 13 500 magasins dans le monde, SPAR est la seule enseigne de proximité présente dans 49 pays de l'Afrique du Sud à l'Islande, en passant par l'Australie et la Croatie. En France, c'est la proximité avec un accent international !

Un commerce de vacances... mais pas que

En France, près de 25 % des magasins SPAR sont implantés dans des zones touristiques. Montagne, littoral, stations balnéaires : SPAR parle aussi bien l'occitan que le néerlandais.

Une marque pilotée par des "Spartenaires"

Derrière chaque SPAR, un commerçant de terrain. On les appelle les Spartenaires : ils sont souvent implantés depuis plusieurs générations dans leur ville ou leur quartier.

Explosion du snacking : + 35 % d'espace dédié

Le nouveau concept SPAR augmente de 35 % l'espace consacré au snacking et à la restauration rapide. Un clin d'oeil à ceux qui préfèrent le prêt-à-manger de qualité au plat mijoté du dimanche.

Local, local, local : plus de 400 produits locaux

Dans de nombreux magasins, notamment en zones rurales ou saisonnières, des partenariats directs avec les producteurs permettent de proposer des produits frais, authentiques et de proximité, comme des oeufs, des fromages ou des fruits livrés chaque semaine.

Une cave à vin qui fait parler... les régions

À Luynes, la cave monte en gamme. Entre Grands Crus accessibles et sélections médaillées, le duo Grandes Réserves et Club des Sommeliers propose plusieurs dizaines de références choisies par des experts. Une offre exigeante mais ouverte à tous, complétée par une cave à bières en plein essor.

Des commerçants déjà impliqués dans la co-construction

Avant le déploiement du concept SPAR Origines, une enquête terrain a été menée auprès de 250 magasins représentant près de 40 % du parc. Résultat : un concept construit avec les commerçants, pas seulement pour eux.

Une rénovation pensée au centime près

Le coût moyen au m² du nouveau concept a été optimisé grâce à une approche modulable, qui s'adapte aux réalités économiques de chaque magasin. Une large part du mobilier et des équipements existants est réemployée, permettant ainsi de concilier modernisation et maîtrise des coûts.

Une ambition : 30 magasins par an d'ici 2028

Le groupe Casino, avec ses partenaires franchisés, prévoit d'initier 30 rénovations ou ouvertures chaque année. Objectif : un maillage sur tout le territoire d'ici à 2028.

SPAR





Contact presse

Service de presse groupe Casino
directiondelacommunication@groupe-casino.fr
+33 (0)1 53 65 24 29