

L'enseigne est la seule dans les circuits de proximité à bénéficier d'une application aussi complète, qui permet de faire ses courses, et d'avoir accès à sa carte de fidélité, aux informations et conseils.

Tout Franprix dans une appli

La proximité est un secteur où les applications pour téléphone restent assez pauvres, se bornant à des informations de base (horaires, localisation des magasins, conseils conso). Mais ce constat ne s'applique pas à Franprix. Engagée dans une phase de transformation du parc, avec le déploiement du concept Mandarine en 2015, l'enseigne urbaine du groupe Casino a mis au point l'an dernier une application assez complète. Elle permet de faire ses courses avec son mobile, avec une livraison assurée en trente à quarante minutes.

Mais pas seulement. Parmi les fonctionnalités figurent, entre autres, la géolocalisation (pour trouver le magasin le plus proche, mais aussi suivre sa commande à la trace), la dématérialisation de la carte de fidélité, une rubrique actualités... « Nous avons créé l'appli Franprix il y a six mois, elle compte déjà 500 000 téléchargements. Notre particularité, c'est d'avoir choisi de ne pas faire de e-commerce pour passer directement au m-commerce. Pour cette appli, nous proposons un assortiment inédit. Il n'y a pas 15 000 références, c'est une gamme



Les fonctionnalités centrées sur la rapidité et la simplicité

- Commande** de courses en ligne avec livraison en trente à quarante minutes avec suivi de la préparation et de la commande
- Paiement** intégré
- Carte** de fidélité dématérialisée
- Promotions** personnalisées à choisir en fonction de son profil d'acheteur

Créée il y a six mois, l'appli Franprix compte déjà 500 000 téléchargements.

courte, mais nous avons voulu apporter du service. Avec la livraison en trente minutes, nous pouvons par exemple livrer des plats chauds le midi. Nous jouons aussi beaucoup sur les promotions personnalisées avec l'aide de HighCo», indiquait récemment Cécile Guillou, la directrice générale adjointe de Franprix, lors du digital shopper's day.

POUR LES URBAINS PRESSÉS

La création de cette appli « à 360 ° » repose sur une volonté simple : apporter un gain de temps aux urbains pressés. Plus de 3 500 produits sont disponibles. « Sur mobile, les clients n'ont pas besoin de 20 références de lessive ou de pâtes. Ils recherchent leurs produits préférés et aiment être guidés dans leurs choix pour aller au plus vite », souligne Jean-Paul Mochet, directeur général de l'enseigne. Au-delà des courses, une multitude de solutions repas est proposée en fonction du moment de la journée ; petit déjeuner, apé-

ritif, brunch, goûter, plats chauds, avec la possibilité de créer des solutions sur mesure, en modifiant le nombre de convives, ou de produits. Les commandes sont réalisées dans plusieurs magasins relais qui permettent de couvrir toutes les zones, avec un minimum d'achat de 15 €, et des frais de livraison de 2,90 € (qui deviennent gratuits au-delà d'un plafond de 30 € d'achat).

Et c'est sans compter sur les très nombreux codes promotionnels régulièrement envoyés aux détenteurs de l'application. Et pour le paiement, la fonction one click facilite cette étape souvent fastidieuse. La simplicité est d'ailleurs centrale dans la définition de l'appli, qui permet aussi de filtrer les magasins en fonction des services qu'ils offrent (point relais Poste, snacking, etc.). D'abord lancée sur Paris et une vingtaine de villes d'Île-de-France, l'application est disponible à Lyon et Villeurbanne depuis la mi-février. ●



« Pour cette appli, nous proposons un assortiment court mais inédit, et nous avons voulu apporter du service. »

Cécile Guillou, directrice générale adjointe de Franprix

© UETIMIA DURANTE

MORGAN LECLERC