

La théorie de l'évolution appliquée à la performance retail

Le cas Franprix

October 20



Franprix et Darwin

- / Un programme d'innovation ayant **Darwin** pour inspiration
- / En 2018, une nouvelle évolution de concept baptisée **Franprix Darwin**
- / En septembre 2019, une nouvelle vision du magasin de proximité urbain avec **Darwin 2**
- / Reconnue comme l'enseigne de proximité la plus innovante du secteur

« *Franprix Noé est une étape dans la construction du commerce de demain* »

Jean-Paul Mochet – Président de Monoprix

« *L'espèce qui survit est la plus agile* »

Cécile Guillou – Directrice Générale de Franprix

« *Ce magasin est notre nouveau laboratoire in vivo* »

François-Xavier Germain – Directeur Marketing de Franprix

Anticiper et créer l'évolution

- / L'enseigne voulait être le frigo des parisiens, elle entend désormais être leur cuisine
- / Un pas de plus en plus marqués vers la restauration
- / Une cuisine en libre service où il est possible de concocter des plats avec produits achetés en rayon
- / Dans les quartiers où la location Airbnb est importante, des produits disponibles en version mini, adaptés pour un court séjour
- / Des magasins toujours volontaires pour être « laboratoire » et tester les nouvelles idées

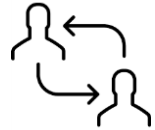


Être responsable et œuvrer pour l'environnement

- / Une offre labellisée bio de plus en plus importante
- / Un vrac de plus en plus présent dans les rayons
- / La chasse aux emballages jusqu'à les supprimer dans les rayons fruits et légumes
- / Des herbes aromatiques gratuites à cueillir soi-même en fin de parcours
- / Une présence comme acteur du quartier avec les relais colis, les annonces entre voisins, les systèmes pour récupérer des clés ou la pompe à vélo manuelle en libre service à l'entrée du magasin
- / Plus loin encore, depuis 2017, les magasins Franprix Noé portés sur une offre bio et bien être



Franprix : #DarwinInside



CO-CRÉATION

Impliquer fortement les magasins et les salariés dans la création d'idées et laboratoires, être un lieu de vie dans son quartier



AUDACE

Aller loin dans les concepts et oser les expérimentations en volume et en chaîne, mettre l'accent sur des services nouveaux



ADAPTATION

Répondre et anticiper les attentes des clients avec la proximité et l'éco-responsabilité, comprendre les tendances et les besoins



AGILITÉ

Essayer et apprendre, multiplier les initiatives, réellement positionner le client au cœur de la réflexion, chaque offre ou service est une brique qui peut être proposée là où c'est pertinent



PRAGMATISME

Savoir arrêter rapidement une idée quand elle ne fonctionne pas ou ne rencontre pas sa cible et contrer l'évolution inéluctable du digital commerce



INNOVATION

Être capable de se réinventer en permanence, tester ses innovations, ne pas se contenter de produits qui sont distribués ailleurs

« Ce n'est pas la plus forte ni la plus intelligente des espèces qui survivra mais celle qui sera la plus apte à changer »

Charles Darwin

#EvolutionLeadstheWorld

franprix 



www.abingtonadvisory.com

Abington 
ADVISORY