



## NOE, le premier magasin innovant responsable du Groupe CASINO

### DISTRIBUTEUR

### ENTREPRISE Groupe CASINO

**Chiffre d'Affaires** (2016) :  
36 milliards euros

**Effectif** (2016) : 227 000

**Pays (siège social)** :  
France

**Site internet** :

[www.groupe-casino.fr](http://www.groupe-casino.fr)

**Contact** :

Téléphone groupe  
+33 4 77 45 31 31



Pour en savoir plus

<https://www.lsa-conso.fr/franprix-noe-le-magasin-responsable-decrypte-en-12-images,264292>

### CONTEXTE

Le groupe CASINO, créé en 1898, acteur historique de la distribution en France, devenu un des leaders mondiaux du commerce alimentaire, s'appuie sur 2 points forts : sa proximité et sa capacité d'adaptation aux réalités locales, avec une ambition : « nourrir un monde de diversité ».

FRANPRIX, acquis par Casino en 2007, est une enseigne de magasins alimentaires de proximité centre-ville, avec 900 magasins de quartier, principalement en Ile de France. Le 22 juillet 2017, un nouveau concept, FRANPRIX Noé, ouvre ses portes à Paris, 82, rue Mouffetard, en plein cœur du Quartier latin. Un manifeste clarifie le parti pris du magasin « le goût, le sain et la joie de vivre ».

### OBJECTIF(S)

- Proposer une offre responsable : bio, vegan, vrac, marque propre
- Offrir aux clients des services de proximité innovants
- Expérimenter et démultiplier un nouveau modèle de magasin centre-ville

### franprix noé

UN NOUVEAU LIEU  
DE VENTE ET DE VIE  
pour consommer  
autrement  
et sans complexe



### DÉMARCHE

Un point de vente « gourmand et coloré » dans un assortiment responsable :

- **produits bio** : 65 % de l'offre en rayon sigle AB, 100% du rayon fruits et légumes bio
- **produits vegan** : près d'une cinquantaine à ce jour ; volonté d'augmenter, mais le sourcing sur ce créneau reste compliqué...
- **vente en vrac** : dispatchée selon les rayons (produits salés ou sucrés) ; pour l'huile, le vin... et pour quelques spiritueux (rhum, vodka et whisky bio provenant d'une distillerie ardéchoise)
- **produits à la coupe** : dès l'entrée du magasin, avec une vitrine à hauteur d'homme où l'employé est situé à côté du client pour créer une plus grande proximité (et gagner, au passage, de la place au sol) ; pour le stand traiteur à la coupe, partenariat avec le traiteur grec Mavrommatis, institution bien connue des Parisiens

## DÉMARCHE (SUITE)

- **le rayon hygiène-beauté** propose une gamme de cosmétiques courte, souvent bio, qui couvre l'essentiel des unités de besoin (mascara, fard à paupières, fond de teint, blush, crayon, rouge à lèvres vernis...)
- **Marques Distributeur (MDD) sélectionnées** et valorisées dans presque tous les rayons
- offre gratuite d'eau pour les clients ayant acheté une bouteille de verre, pari pour valoriser l'eau de Paris ; avec le contenant, les clients peuvent aussi acheter toute boisson vendue en vrac
- **cueillette gratuite sur place** d'herbes aromatiques (basilic, thym, persil, menthe...), provenant de la Ferme du Gally (78), en face de la ligne de caisses
- nombreux services : journaux à acheter sur place, livraison à domicile, collecte de vêtements, fabrication de double de clés
- des canapés et du mobilier façon brasserie parisienne à l'arrière des deux caisses du magasin, avec une douzaine de places assises.

## FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- Innovation du groupe Casino pour diversifier l'offre et innover
- Attente des consommateurs de nouveaux modèles de magasins et services

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptation à une attente spécifique de consommateurs en centre-ville : bio, vegan, produits et services de proximité, espace de convivialité</li> <li>• 4 magasins parisiens Franprix Noe ouverts à Paris en 2017</li> <li>• Trophée LSA de l'innovation alimentaire</li> <li>• Image du Groupe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation de produits locaux ou bio, moins d'emballages (vrac, découpe, bouteilles d'eau)</li> <li>• Modèle duplicable dans le groupe</li> </ul>