

Franprix Noé, la proximité responsable

JULIE DELVALLÉE

JEAN-PAUL MOCHET, MAGASINS & ENSEIGNES, CASINO
PUBLIÉ LE 07/09/2017

[TWITTER](#)[FACEBOOK](#)[LINKEDIN](#)[GOOGLE](#) +[EMAIL](#)[IMPRIMER](#)

À cheval entre enseigne spécialisée et enseigne généraliste, le dernier né de Franprix, ouvert cet été à Paris, se vante d'incarner un magasin responsable. Coup de projecteur sur un point de vente qui concentre les dernières tendances et quelques idées astucieuses.

Franprix



Dans la très commerçante rue Mouffetard, axe touristique du Quartier latin de Paris, un deuxième **Franprix** a ouvert ses portes le 22 juillet. Ce magasin pilote ne ressemble en rien à ses petits camarades : « *Franprix Noé est une étape dans la construction du commerce de demain. Il incarne toutes les tendances du bien-être et du souci de l'environnement chères aux consommateurs* », synthétise **Jean-Paul Mochet**, directeur de la proximité chez **Casino**. Avant de confirmer l'ouverture imminente d'un second Noé dans le 16e arrondissement de la capitale, rue de la Pompe.

MANIFESTE



Dès la devanture, le ton est donné : l'enseigne se targue, à travers un manifeste rédigé sur sa façade, d'être un magasin responsable, « défendant la joie de vivre ». Rien de moins...

CUEILLEZ DÈS AUJOURD'HUI...



La touche finale : offrir, comme au marché, les herbes aromatiques (basilic, thym, persil, menthe...), à cueillir soi-même. Les plantes, issues de la ferme de Gally (78), entretiennent l'esprit locavore.



TOUJOURS PLUS DE VÉGAN

La directrice, sur demande de sa clientèle, veut développer l'offre de produits végans mais se heurte à un sourcing difficile. À ce jour, près de 50 références sont réparties dans le point de vente.

VRAC



Le vrac est dispatché en fonction des zones (épicerie sucrée, salée, vins). Le magasin fournit même des spiritueux ardéchois bio (rhum, vodka et whisky) dans de grosses bonbonnes en verre.

ACTEUR DU QUARTIER



Ce petit Franprix entend s'inscrire dans le quotidien en offrant de nombreux services : presse, plats préparés, mais aussi livraison à domicile et fabrication de doubles de clés.

Les marques nationales boudées

Pour communiquer sur ce parti pris, l'enseigne affiche sur sa devanture un manifeste. À l'intérieur, l'assortiment se compose

principalement de produits bio (65%). Le stand fruits et légumes l'est à 100%, et même les cosmétiques – plutôt rares dans les commerces de proximité – sont certifiés AB.

Le reste de l'offre est aussi trié sur le volet. En clair, les grandes marques ont déserté le point de vente : exit les Ferrero, Coca-Cola et Kellogg's. Subsistent quelques griffes nationales comme Andros, **Evian**, **Badoit**, **Bonne Maman**, **les chips Tyrrells** ou encore **les soupes fraîches GreenShoot**. Autre tendance forte dans ces linéaires, les produits végans abondent au rayon des sandwiches, biscuits, et des plats préparés : « *La clientèle est demandeuse de ce type de produits. J'aimerais en rentrer beaucoup plus en magasin. Mais le sourcing pour cette offre reste compliqué* », admet **Salima Baouz**, directrice de ce premier **Franprix Noé**, ex-Areas (Elior Group), fraîchement recrutée par le groupe **stéphanois**.

Le nombre de références présentées en double facing confirme en tout cas l'arrivée possible de nouvelles pépites. L'enseigne en compte actuellement 2 900, mais souhaiterait en proposer rapidement 500 de plus. Afin de dorloter la clientèle de sa zone de chalandise, bénéficiant d'un fort pouvoir d'achat, Franprix a, en outre, scellé un partenariat avec un traiteur grec très haut de gamme qui a assis sa réputation à Paris, Mavrommatis. Les mets du salade bar et les solutions du stand traiteur salé (friands, lasagnes, moussaka...) sont ainsi signés par l'institution.

À cette offre sont associées des idées judicieuses. Le vrac, par exemple, est très développé, même pour les liquides, afin de limiter les contenants. L'idée est poussée jusqu'à la fin du parcours client où les consommateurs peuvent cueillir eux-mêmes, gratuitement, quelques herbes aromatiques afin de parfumer leurs plats. Pour

devenir un repère dans le quotidien de cette clientèle, le magasin n'a pas oublié de proposer une batterie de services ainsi qu'un espace détente très soigné... où l'eau filtrée de Paris est offerte.

225 m²

la surface de vente

2 900

références à ce jour, mais 500 nouveaux produits devraient bientôt s'y ajouter

65%

de l'assortiment est bio

15

salariés

2

caisses

Source : Franprix

<https://www.lsa-conso.fr/franprix-noe-la-proximite-responsable,264657>