

ALKEMICS

Partenariat Alkemics-Casino : focus sur l'information produit pour plus de transparence au consommateur

Le groupe Casino va prochainement déployer la plateforme Alkemics pour l'ensemble des data produits des enseignes Géant Casino, Casino Supermarché, Casino Proximités, franprix et Leader Price. Une association qui vise à concrétiser de nouveaux usages omnicanaux et process métiers grâce à des informations produits harmonisées et de qualité

Paris, le 7 novembre 2019 – Alkemics a été choisie par le groupe Casino comme fournisseur de solutions de collecte et de partage des données produits. Le groupe, leader de l'omnicanal (magasins de proximité, supermarchés, hypermarchés, pure player/CDiscout, drive, etc.), collaborait déjà avec la scale-up pour l'alimentation de ses sites e-commerce CasinoDrive, l'application mobile franprix et ses futurs services e-commerce issus de sa collaboration avec Ocado, mais aussi sur l'affichage de données produits sur les étiquettes électroniques du magasin vitrine Le 4 Casino, ouvert depuis octobre 2018 près des Champs-Élysées, à Paris.

Au premier semestre 2020, le groupe Casino va ainsi étendre son usage des services d'Alkemics qui deviendront progressivement une solution unique de référencement pour une partie des enseignes du groupe (Géant Casino, Casino Supermarchés, Casino Proximités, Franprix et Leader Price) avec une collecte de données centralisée pour tous les usages data produit de l'organisation.

Concrètement, l'usage d'un seul progiciel alimentant tous les départements permettra aux enseignes du groupe de supprimer de très nombreux fichiers de données échangés avec des milliers de fournisseurs. Tous les types de données produit seront progressivement transmis: des informations liées à la relation commerciale (tarifaires, logistiques,...) à celles purement marketing et descriptives visant à amener plus de **transparence** au consommateur (packaging, infos réglementaires de type allergènes, compositions, données nutritionnelles, marketing visuel, contenus enrichis tels que les recettes, etc.), en passant par les données omnicanales liées à la supply chain optimisée.

Réconcilier Excellence opérationnelle, Innovation, RSE à partir de la donnée produit omnicanale

« Les données produits peuvent et doivent nourrir aujourd'hui tout type d'usages dans l'enseigne. Cela n'est plus uniquement le sujet de certains dans l'entreprise, elles doivent être diffusées à tous les métiers : le marketing et les promotions, la logistique, les approvisionnements, le merchandising, la RSE... Il s'agit de collecter la donnée via un outil central et de l'utiliser de manière omnicanale à travers tous nos applicatifs », explique **Clément Lubin, Directeur Supply Chain du groupe Casino**, « Notre enjeu ne porte plus uniquement sur les données logistiques et tarifaires, mais sur les données produits à

destination des consommateurs, dans un souci de transparence ».

*« Dans le magasin Le 4 Casino, nous avons imaginé un concept dans lequel le digital serait au service de l'expérience d'achat et des nouveaux besoins consommateurs. Il nous paraissait indispensable de pouvoir proposer un nouveau type d'assortiment mais également de promouvoir la transparence sur ces produits. A ce titre, les étiquettes électroniques automatiquement alimentées par Alkemics affichent, au-delà du prix, des informations type Label bio, Nutriscore, allergènes... Avec cette nouvelle collaboration, nous pourrions également améliorer l'efficacité de nos outils de marketing personnalisé grâce une connaissance accrue des produits », ajoute **Cyril Bourgois, Directeur de la stratégie, de la transformation digitale et de l'innovation du groupe Casino.***

*« Les enseignes du groupe Casino veulent aller plus loin dans la construction de leurs assortiments afin de tenir compte des nouveaux enjeux et modes de consommation. Pour cela, nous avons besoin d'une donnée détaillée sur des éléments nouveaux qui n'étaient jusqu'alors pas forcément demandés aux fournisseurs (ex: made in France, vegan, bio, emballages recyclables,...). Alkemics nous permet d'avoir plus de données et plus vite pour adresser ces enjeux », précise **Patrice Mounier , Directeur des Achats alimentaires du groupe Casino.***

*« Nous sommes ravis d'étendre notre partenariat avec le groupe Casino. Nous alimentons déjà les sites et applications e-commerce de Casino et franprix et les outils de la collaboration entre Ocado et Casino. Nous mettrons désormais à disposition la plateforme Alkemics pour servir tous les usages des enseignes Casino, Leader Price et franprix nécessitant une donnée produit de qualité. En plus de permettre une amélioration opérationnelle, Alkemics va aider ces enseignes à satisfaire les besoins de transparence grandissants des consommateurs », conclut **Antoine Durieux, co-fondateur et CEO d'Alkemics.***

A propos d'Alkemics :

Alkemics a lancé sa plateforme fin 2014. La start-up française propose le premier réseau de collaboration digitale de la grande consommation autour de la donnée produit. La plateforme Alkemics est la brique collaborative qui aide marques, distributeurs et solutions métier à digitaliser, collecter et partager l'ensemble de leurs données produit (composition, informations réglementaires, labels, visuels, contenus riches...) en un seul lieu sécurisé. Ceci répond notamment aux attentes grandissantes de transparence des consommateurs. Les distributeurs utilisent la plateforme pour découvrir de nouveaux produits et automatiser leur processus de collecte de données inhérentes au référencement des produits dans les enseignes et à tous leurs nouveaux usages omnicanaux.

Aujourd'hui **14 000 marques** partagent leurs produits avec plus de 90% des distributeurs français !

Après une levée de fonds de 20M d'€ en série B en Septembre 2016 et plusieurs projets de déploiement de sa plateforme en Europe et à l'international, Alkemics continue d'accélérer son développement en adaptant sa solution à de nouveaux verticaux de distribution spécialisés (parapharmacie, parfumerie sélective, RHD...).. La plateforme renforce donc sa présence et diversifie son champ d'action en connectant davantage les marques et les distributeurs, tous secteurs d'activité confondus.

En savoir plus : <https://www.alkemics.com>

Contact Presse :

RP au carré: Carine Lennuyeux - 06 84 10 73 02 - carine.lennuyeux@rp-aucarre.com