



Communiqué de presse – Lundi 10 septembre 2012

Le Groupe Casino, premier distributeur français à lancer son application mobile NFC

*disponible sur plateformes Android, BlackBerry et iPhone**

Le Groupe Casino lance son application « mCasino NFC » destinée à faciliter et enrichir l'expérience d'achat en magasin, à la maison ou en mobilité. Rapide, intuitive et personnalisable, cette application - récompensée par le prix Wima USA¹ s'inscrit dans le cadre d'un programme d'innovation conduit par le Groupe Casino pour imaginer le magasin de demain.

La convergence du monde physique et du monde numérique ouvre, chaque jour, de nouvelles perspectives aux clients. Si, aujourd'hui, plus de 80% des Français possèdent un mobile, 100% d'entre eux seront équipés d'un smartphone dès 2015, dont plus de la moitié d'entre eux seront NFC. Le client 2.0 est en interaction plus forte et plus régulière avec les points de vente. On parle désormais de «Shopping anywhere, anytime ».

Face à ces profonds changements, le Groupe Casino prend l'initiative avec l'ambition de faciliter et enrichir l'expérience des courses, en offrant gain de temps, plaisir et confort d'achat grâce à son application omni canal « mCasino NFC » co-développée avec ThinkandGo. Elle garantit la personnalisation, la continuité du panier d'achats et la fluidité de l'expérience tout au long du parcours, sur l'ensemble des canaux de vente.

Cette application sera mise en œuvre, courant octobre, dans le Supermarché Casino du Centre Commercial des Belles Feuilles (Paris 16^{ème}), équipé full NFC. Le dispositif s'étendra ensuite à Lyon, également en octobre, avec l'implantation de « murs de commandes NFC » dans des zones de flux (transports en commun...). Enfin, le « Casino Digital Wall » (mur digital), prolongera l'expérience de manière interactive et ludique à l'automne à Paris.

« Notre vision est que le mobile sera demain le partenaire indispensable pour faire ses courses en magasin, en mobilité ou à la maison et que cette révolution s'appuiera, entre autres, sur la technologie sans contact. Intégrée à un Smartphone, elle permet de passer du monde digital, 100% numérique, à un monde d'interconnexion des objets qui deviennent communicants ; c'est-à-dire de marier le monde du online et celui du offline. Ses usages sont multiples, offrant simplicité et rapidité au client », précise Thierry Auizerate, directeur Marketing de Casino. « Cette démarche est la prolongation du travail précurseur initié par le groupe dès 2010 avec l'expérimentation du paiement sans contact à Marseille».

¹ Prix Wima Usa en novembre 2011

* Avec accessoires NFC

Un parcours client entièrement NFC au supermarché du Centre Commercial Les Belles Feuilles

Courant octobre, les clients du Supermarché des Belles Feuilles (16eme) équipés de mobiles NFC vont vivre une expérience unique avec l'application « mCasino NFC ». L'application permet en effet de faire les courses sur la totalité du magasin (25.000 références environ) plus facilement, plus rapidement et de manière personnalisée, donnant accès à des informations techniques, commerciales et pédagogiques sur les produits en rayon.

Le Groupe Casino bénéficiera ainsi d'un retour d'expérience sur les usages et les fonctionnalités de l'application, dans la perspective de l'améliorer et d'enrichir le bouquet de services.

L'ergonomie de l'application a été définie à partir des enseignements de l'expérimentation menée à l'Institut de la Vision en 2011 avec la volonté de créer « un design pour tous » : lisibilité et navigation simplifiée en un minimum de clics.

Depuis quelques semaines, plusieurs salariés du Groupe, équipés de smartphones BlackBerry® dotés de la technologie NFC, testent l'application. Grâce au partenariat avec Inside Secure, Research In Motion (RIM) et Quartz, ils bénéficient d'un bouquet de services inédits qui illustre la multiplicité et la simplicité des usages rendus possibles grâce au NFC, dont la dématérialisation de leur badge de sécurité et de leur carte de restaurant d'entreprise.

1/ Sélectionner un produit en un geste simple et intuitif

Plus besoin de lancer l'application. Il suffit de le passer à proximité de l'étiquette NFC en rayon pour sélectionner un produit en moins d'une seconde, obtenir des informations (désignation, prix...) et l'ajouter au panier d'achat. Pour les produits de la marque Casino, les clients accèdent à des informations plus complètes telles que la liste des ingrédients, la composition nutritionnelle, les informations environnementales, des vidéos... A terme, de nombreuses informations seront disponibles sur l'ensemble de l'assortiment.

2/ Accéder à des informations personnalisées

Le client peut également paramétrer son application, de manière sécurisée et confidentielle, en fonction de ses préférences d'achat et de ses habitudes de consommation. Un service sur-mesure lui permet de recevoir sur son mobile des alertes personnalisées. Cette fonctionnalité sera mise en place progressivement sur l'ensemble des produits afin de garantir une information sûre et fiable aux consommateurs. Le client peut également recevoir des offres promotionnelles affinitaires. Par ailleurs, la carte de fidélité dématérialisée est d'ores et déjà embarquée sur le mobile.

3/ Gérer son panier

Simple et fonctionnelle, l'application permet au client de visualiser en temps réel le montant de son panier d'achat et de décider à tout moment d'ajouter ou supprimer un produit. De plus, le client bénéficie des promotions du magasin avec une meilleure compréhension et visibilité. Elles sont déduites en temps réel du montant du panier.

4/ Faciliter le passage en caisse

Arrivé en caisse, le client présente son mobile devant le lecteur NFC. Ses achats sont alors automatiquement transférés à la caisse où il choisit ses modalités de paiement (carte bancaire NFC, espèces,...) et de livraison. Ses points de fidélité sont également instantanément crédités sur son compte. Avant la fin de l'année, le paiement pourra également se faire sur le mobile en clic sans passage en caisse.

Deux nouveaux canaux d'achat testés avant la fin de l'année

L'application mCasino NFC s'inscrit dans un programme d'expérimentations progressives et évolutives qui visent à proposer une expérience globale de shopping omni canal (avec la même application, on peut commencer son panier d'achat chez soi, le poursuivre en mobilité et le terminer en magasin). D'ores et déjà, l'application mCasino permet de faire ses courses chez soi et de nouvelles solutions NFC viendront prochainement compléter l'expérience d'achat à la maison. Le test mené au Supermarché du centre commercial des Belles feuilles en octobre se poursuivra avec la mise en test de deux nouveaux canaux de commande :

- Le mur de commande NFC (QR code, code barre) à Lyon en octobre

Les clients pourront compléter leur panier constitué en magasin ou à la maison lors de leurs trajets du quotidien. Des affiches de commande dans la rue, abribus ou stations de métro proposeront une offre produit et permettront via un tag NFC, un QR code ou un code barre, de commander, payer, se faire livrer ou retirer son panier en magasin.

- Le Casino Digital Wall à l'automne

Le groupe Casino annonce également la mise en œuvre d'un mur digital co-développé avec la société AACTIVE. Ce grand écran se transforme en catalogue produit interactif grâce à une solution de détection de présence. Il permet, avec une expérience proche d'une tablette tactile, de sélectionner des produits, constituer un panier et le transférer à son téléphone afin de régler en toute intimité et sécurité. Avec l'application mCasino, le paiement s'effectue en un clic en prenant en photo le QR code présent à l'écran et le client choisit ses modalités de livraison.

**Film et captures d'écran correspondant à l'expérimentation menée auprès des salariés
du Groupe Casino disponibles en cliquant sur le lien ci-dessous :**
<http://www.groupe-casino.fr/fr/L-application-mobile-NFC-Casino.html>

Contacts Presse :

- Groupe Casino : Frédéric Crocchel / 01 53 65 24 39 - fcrocchel@groupe-casino.fr
- HighCo Shopper : Karine Perrier / 01 77 75 65 82 - k.perrier@highco.fr

Les marques déposées BlackBerry et RIM ainsi que les noms, les logos et les symboles qui leur sont associés sont la propriété de Research In Motion Limited.