



**A** l'occasion de la foire aux vins qui se déroulera du 10 au 20 septembre dans les 750 magasins de l'enseigne, *marché franprix* propose un service mobile inédit pour aider les consommateurs à choisir leur vin en magasin.

Basé sur un concept innovant, ce service est une première mondiale ! En effet, pour la première fois, les consommateurs pourront accéder à des informations produits en prenant en photo ou en saisissant le code-barres des bouteilles de vin avec leur téléphone portable.

Un parti pris d'innovation et de modernité qui s'inscrit dans la stratégie développée par l'enseigne depuis 2 ans, illustré par le nouveau concept de magasin *marché franprix*.

#### **L'innovation et les nouvelles technologies, au cœur de *marché franprix* !**

Inauguré fin 2008, le nouveau concept de magasin *marché franprix* basé sur la proximité, allie modernité et nouvelles technologies. Façades colorées et épurées où s'affiche une information digitale via des écrans plats, nouveaux mobiliers mettant en avant les produits frais, le snacking, les fruits et légumes... L'enseigne affiche un plan d'ouverture et de rénovation ambitieux sous ce nouveau concept qui sera adopté par une centaine de magasins à fin 2009.

#### **Quand tradition et nouvelles technologies se rejoignent...**

Cette année, la foire aux vins *marché franprix* s'inscrit également dans la modernité à travers la mise en place d'un service inédit ! Proposé en exclusivité chez *marché franprix* et pour la première fois dans le cadre d'une foire aux vins, le service mobile développé en partenariat avec GS1 et Netific initie une relation privilégiée et interactive entre les consommateurs, l'enseigne et les producteurs.

#### **Des conseils avisés, une sélection affinée !**

Quel vin acheter, avec quel plat l'associer, combien de temps le garder... Autant de questions auxquelles il est parfois difficile d'apporter une réponse avec les seules informations contenues sur l'étiquette. *Marché franprix* et les producteurs accompagnent et conseillent les consommateurs dans leur achat de vin d'une manière originale !

En prenant en photo avec son téléphone portable le code-barres de chaque bouteille, le consommateur accède à une fiche produit contenant des informations supplémentaires fournies par les producteurs : un descriptif du vin, les accords mets/vins, la température à laquelle le vin doit être servi, les récompenses et médailles dont il a fait l'objet, le mot du producteur et celui de l'enseigne, mais aussi les notes des guides, l'année optimale de dégustation.

## Mode d'emploi pour accéder au Service Mobile

> 2 possibilités pour y accéder :



① Télécharger gratuitement l'application sur [www.codeonline.fr](http://www.codeonline.fr). Prendre en photo le code-barres de la bouteille et se laisser guider jusqu'à la fiche produit.

② Saisir les numéros du code-barres sur le site mobile [m.codeonline.fr](http://m.codeonline.fr) et se laisser guider jusqu'à la fiche produit.

*Ce service nécessite un accès Internet à partir du téléphone mobile. L'accès à ce service est gratuit, hors connexion à Internet.*

*Pour savoir si son téléphone est compatible, il suffit de se connecter à [www.codeonline.fr](http://www.codeonline.fr)*

Opération proposée dans le cadre de la foire aux vins *marché franprix* du 10 au 20 septembre 2009

**Contact presse :** Karine Perrier - [k.perrier@highco-avenue.fr](mailto:k.perrier@highco-avenue.fr) - 01 77 75 65 82

### Le code à barres accompagne le marketing de demain

« Le service mobile sans contact **CodeOnLine** est au service des marques qui souhaitent proposer de nouvelles applications à leurs clients. L'opération foire aux vins menée par *marché franprix* utilise tout le potentiel innovant de **CodeOnLine** : proposer une expertise, enrichir la relation client, favoriser la mobilité... » rappelle Pierre Georget, directeur général de GS1 France.

Si le code à barres est mondialement connu pour le passage en caisse, il ouvre de nouvelles perspectives pour l'information du consommateur-citoyen. Chez soi, en magasin ou au bureau, le consommateur accède à une information et à des services ciblés (ingrédients, allergènes, conseils d'utilisation...) en photographiant tout simplement le code barre du produit avec son téléphone mobile.

Avec **CodeOnLine** ([www.codeonline.fr](http://www.codeonline.fr)), GS1 crée un contexte favorable au développement du commerce mobile en France. En permettant aux marques d'offrir aux consommateurs plus d'information sur leurs produits.

### A propos de GS1

Créée en 1972 à l'initiative des industriels et des distributeurs, GS1 est une structure neutre et paritaire, qui accompagne 31 000 adhérents en France dont 90% de PME à investir dans les nouvelles technologies : mise en œuvre du code à barres, du commerce électronique, des catalogues électroniques et de la RFID.

**Contact :** Nadia Taleb - [nadia.taleb@gs1fr.org](mailto:nadia.taleb@gs1fr.org) - +33 6 31 16 11 33

### A propos de Distribeo

Les créateurs de la plateforme Internet qui génère les fiches mobiles de l'opération foire aux vins *marché franprix* viennent de lancer DISTRIBEO. Cette start-up créée par deux jeunes diplômés d'écoles de commerce (Eliott REILHAC, ESSEC et Pierre MARECHAL, ESCP Europe), propose des solutions technologiques (applications iPhone et sites Internet) aux enseignes de la Grande Distribution pour aider le consommateur à choisir la bouteille de vin qui lui convient, au moment où il en a le plus besoin : dans le magasin, perdu face au rayon ! L'utilisateur du service pourra ainsi obtenir des conseils en vin directement sur son mobile et sauvegarder ses vins dans sa cave virtuelle. Un service à consommer sans modération !

**Contact :** Eliott Reilhac - [eliott@distribeo.com](mailto:eliott@distribeo.com) - +33 6 32 21 76 91



**marché franprix** à deux pas, tout est là !