



PizzaCosy lance son application mobile avec sunday : une nouvelle expérience de commande en ligne, de click & collect et de livraison

Paris, 2 juillet 2026 - **PizzaCosy, enseigne française de pizzas, annonce le lancement de sa nouvelle application mobile à ses couleurs, développée par sunday, leader des solutions de paiement et de commande au restaurant. Déjà disponible dans 75 établissements, cette application centralise la commande en ligne, le click & collect et la livraison dans une interface unique, pensée pour simplifier l'expérience client et accélérer la digitalisation du réseau.**

Commander depuis son canapé, récupérer sa pizza en restaurant, se faire livrer à domicile ou profiter d'offres personnalisées : les clients PizzaCosy peuvent désormais passer commande en quelques clics, facilement, de n'importe où. Grâce à une expérience fluide, la géolocalisation, la mémorisation des informations client et le paiement simplifié réduisent les frictions à chaque étape du parcours.

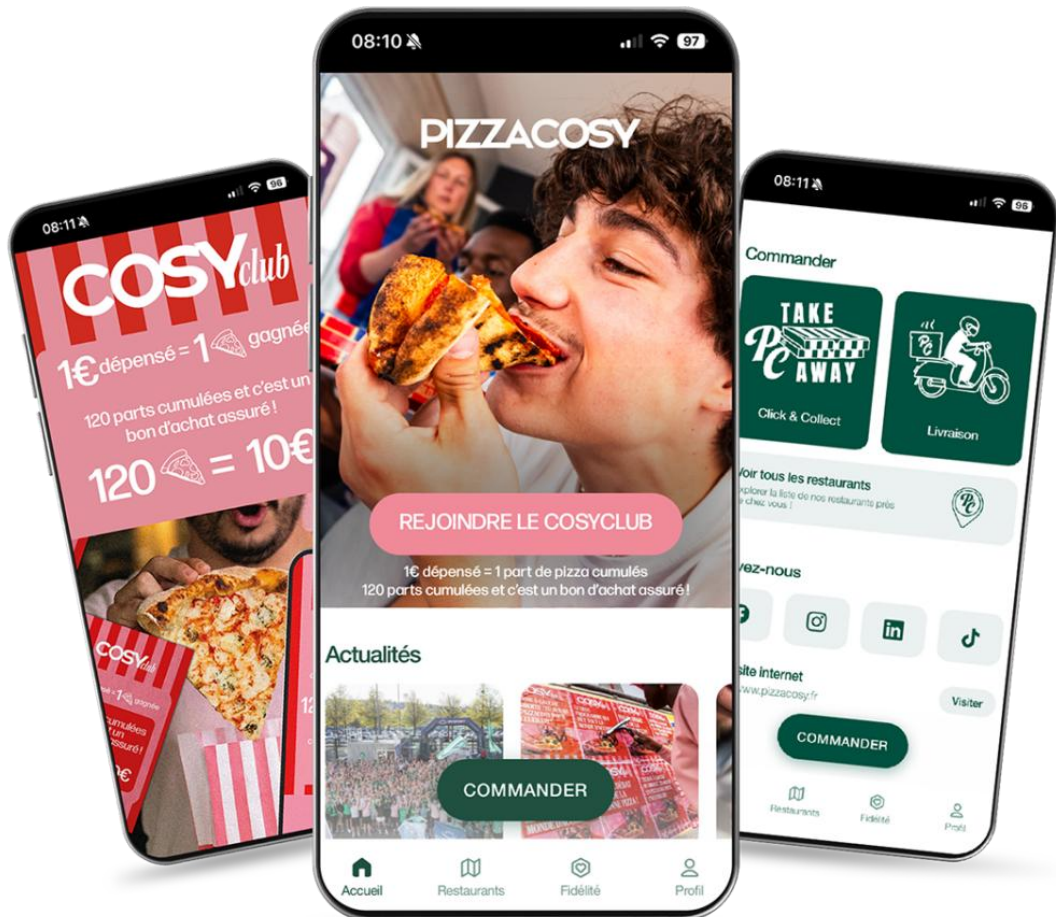
2000 téléchargements dès la première semaine de lancement

Pensée pour accompagner les nouveaux usages de consommation, l'application PizzaCosy affiche déjà des premiers résultats prometteurs, avec 2000 téléchargements enregistrés dès la première semaine et 10% des commandes passées via l'app en 1 semaine. Elle permet aux clients de commander plus simplement, tout en donnant à l'enseigne de nouveaux leviers pour développer la fidélisation, personnaliser sa relation client et favoriser le retour en restaurant.

"Autre avantage : le pouvoir d'achat. Pour nos clients il est plus avantageux financièrement de passer commande directement via l'application PizzaCosy plutôt que par les plateformes traditionnelles. En commandant via nos propres canaux ils bénéficient également de notre programme fidélité qui les récompense avec des bons d'achat." souligne **Aurélien Camps, responsable marketing & communication de l'enseigne.**

En centralisant les parcours de commande, sunday permet à PizzaCosy de piloter ses flux digitaux depuis une interface unique. À ce jour, 75 % des

commandes en ligne sont réalisées en click & collect, tandis que 25 % des flux de commande en ligne concernent la livraison. Côté livraison, l'enseigne peut s'appuyer sur deux options complémentaires : Uber Direct, pour accéder à une flotte de livreurs à la demande, ou ses propres livreurs selon les besoins opérationnels des restaurants.



Jusqu'à 932 commandes en un seul service

Le lancement de l'application s'inscrit dans une dynamique forte pour PizzaCosy. L'enseigne a déjà enregistré jusqu'à 932 commandes en un seul service, et ce avant même le coup d'envoi de la Coupe du Monde. Une performance qui illustre le potentiel d'un parcours digital unifié, capable d'absorber des pics de demande tout en offrant une expérience simple, rapide et cohérente aux clients.

Au-delà de la commande, l'application a également permis de repenser le système de fidélité afin de le rendre plus lisible et plus engageant. Grâce à l'intégration de Zerosix, le programme de fidélité est valable dans tout le réseau PizzaCosy, et accessible à chaque interaction du client avec la marque, que ce soit lors de ses visites en restaurant, via le paiement sur le terminal, lors de ses

visites sur l'application... Les clients peuvent créer leur compte facilement, accéder à leurs récompenses dès l'inscription, consulter leur solde fidélité à tout moment et bénéficier de bons d'achat visibles dès l'ouverture de l'application. Un système de parrainage vient également renforcer l'engagement et encourager la recommandation.

De la commande à la fidélisation : une boucle vertueuse entre digital et restaurant

L'un des principaux atouts de cette nouvelle application réside dans la connexion des données entre les différents canaux. Les clients identifiés en restaurant peuvent être ciblés par des offres de livraison, tandis que les clients livrés peuvent recevoir des activations par email ou SMS pour revenir en point de vente. Cette continuité entre la salle, le click & collect et la livraison permet à PizzaCosy de passer d'un marketing de masse à un marketing plus personnalisé, fondé sur une meilleure connaissance client.

Cette logique s'appuie également sur le CosyClub, le programme de fidélité de l'enseigne. Les 360 000 clients déjà membres peuvent désormais profiter de leurs avantages directement depuis l'application. À chaque commande passée, ils cumulent des points qu'ils peuvent ensuite transformer en bons d'achat à utiliser sur leurs prochaines commandes. Un levier concret pour leur permettre de se faire plaisir plus souvent, tout en générant davantage de repeat pour les franchisés.

Produits préférés, profils de consommation, sensibilité aux promotions, préférences alimentaires ou centres d'intérêt : l'application offre à l'enseigne une vision plus fine des attentes de ses clients. Elle transforme ainsi la fidélité en véritable déclencheur d'achat, grâce à des campagnes ciblées, des offres adaptées et une expérience cohérente quel que soit le canal de commande.

« Ce projet est né d'une réflexion commune menée depuis plusieurs mois avec les équipes de sunday. Dès le départ, nous avons partagé la volonté de faire avancer la restauration avec une expérience de commande plus simple, fluide et connectée. PizzaCosy et sunday partagent une même dynamique de croissance et d'innovation, en France comme à l'international. Cette vision commune nous rend très confiants dans l'avenir de notre partenariat.

», déclare **Jérémy Cerceau, directeur général et associé du groupe Le Grand Feu.**

A propos de sunday

sunday est le leader du paiement au restaurant. sunday propose ses solutions de paiement (Paiement à table via QR code, Order & Pay, TPE, Click & collect)

dans plus de 4 000 restaurants. sunday est disponible en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis.