epicery

DOSSIER DE PRESSE 2022

L'ENJEU DE VALORISATION DES COMMERCES ALIMENTAIRES EST URGENT.

EPICERY SE MOBILISE.

Paris, le 4 avril 2022

epicery, application de la livraison de produits frais de commerçants de proximité, a interrogé les Français avec l'institut Odoxa* sur la relation qu'ils entretiennent avec leurs commerçants de proximité.

62% des Français pensent que les commerces de proximité ne sont **pas bien adaptés au numérique et doivent innover.** L'enjeu de valorisation est urgent.

Si l'étude confirme une excellente image et le fort attachement des Français aux artisans alimentaires, ces derniers souffrent d'un déficit de modernité et d'innovation aux yeux des consommateurs. Principal écueil : l'adaptation au numérique. epicery entend participer activement à leur revalorisation par le digital.

**epicery révèle les résultats d'une enquête réalisée par l'Institut Odoxa du 26 au 29 janvier 2022 auprès d'un échantillon représentatif de la population française (âgée de 15 ans et plus) de 1 345 personnes.*

Sondage CSA (novembre 2021) : 40% des Français jugeaient en déclin le dynamisme et l'animation de leur centre-ville.

ODOXA

LES FRANÇAIS VEULENT QUE LES COMMERCES DE PROXIMITÉ RESTENT DANS LES CENTRES-VILLES…

84%

des Français sont **attachés aux commerces de proximité.**

96%

considèrent qu'il est important de **maintenir des commerces de proximité.**

…MAIS ILS DOIVENT SE MODERNISER

62%

pensent qu'ils ne sont **pas bien adaptés au numérique.**

52%

pensent qu'ils ne sont **pas innovants.**

LES COMMERÇANTS TRICOLORES ***POPULAIRES***

Les commerçants de proximité bénéficient d'une excellente image auprès des Français car ils reflètent prioritairement **la passion** (80%) et **l'authenticité** (88%). Si cette bonne perception confirme pour **84% des Français leur attachement aux commerces alimentaires,** près **d'1 Français sur 2** reconnaît s'être rapproché d'eux durant la **crise sanitaire.** Plus important que de simples organisations économiques, les commerces alimentaires de proximité sont considérés par **89% des Français** comme étant des acteurs clés du **dynamisme local,** vecteurs de lien social et garants de l'animation de leurs centres-villes.

Dans le haut du classement, nous retrouvons les **bouchers-charcutiers** (93%), **les fromagers** (93%), **les primeurs** (93%). **Les boulangers-pâtissiers** (94%) jouissent de la popularité la plus forte, c'est le seul métier dont plus de la moitié des Français ont même une **"très" bonne image** (56%).

L'URGENCE DE LA PRÉSERVATION DES COMMERCES DE PROXIMITÉ DANS

NOS CENTRES-VILLES

96% des Français considèrent qu'il est important de **les maintenir,** c'est même prioritaire pour 61% d'entre eux. Perçus comme des valeurs sûres de savoir-faire, les commerces alimentaires de proximité doivent faire face à de **nombreux concurrents** qui arrivent sur le marché avec une nouvelle proposition de valeur, celle du **quick commerce.**

Véritable retard pris sur le digital ou simple question de marketing ? **62% des Français** pensent que les commerces de proximité ne sont **pas bien adaptés au numérique** et **78% des Français** pensent que manger des produits frais, de qualité et de saison **coûte plus cher.** Deux perceptions que la majorité des Français explique par un **manque de valorisation** de leur savoir-faire et de la valeur ajoutée à leurs produits. Face aux nouveaux acteurs qui peuvent arriver sur le secteur, **52% des Français** pensent également que les commerces alimentaires de proximité ne sont **pas innovants.**

DONNER LE GOÛT DES MÉTIERS DE BOUCHE

AUX JEUNES GÉNÉRATIONS

Dans un secteur qui n'a jamais autant recruté et même si **68% des parents** d'enfants de moins de 25 ans déclarent qu'ils leur **conseilleraient d'exercer un métier de l'artisanat alimentaire** (notamment celui de boulanger-pâtissier pour 45% d'entre eux), le passage à l'acte semble compliqué et les freins nombreux. Dans l'esprit des Français, non seulement ces métiers sont jugés **fatigants** (84%) et **difficiles** (82%) mais en plus ils ne sont **pas valorisés** dans notre société (54%) et sont **mal rémunérés** selon plus de **7 Français sur 10** (72%).

Par ailleurs, si ces carrières apparaissent attractives pour la majorité de la population, elles sont encore assez mal connues : **69% des Français** et **62% des moins de 25 ans** estiment qu'ils ne sont **pas suffisamment informés** sur les filières de formation qui permettent d'accéder aux métiers de l'artisanat alimentaire et, parmi ceux-ci, **plus d'un tiers aimeraient avoir plus d'informations.**

EPICERY RENOUVELLE SON ENGAGEMENT POUR LA VALORISATION DE LA PROFESSION, ET ANNONCE L'OUVERTURE DE

5 NOUVELLES VILLES EN 2022

epicery annonce renforcer ses liens auprès des commerçants de proximité, métiers indispensables à la redynamisation des villes, pour les aider à passer le cap de la modernisation et de l'attractivité :

- **Ouverture de 5 nouvelles villes en 2022 et 1200 partenaires commerçants**
- **Un objectif ambitieux à 2025 avec une présence dans 30 villes de plus de 100 000 habitants et 5000 partenaires commerçants**

epicery, qui compte aujourd'hui plus de **1200 commerçants de bouche et de la table** (bouchers, poissonniers, primeurs, fleuristes, cavistes…), n'est pas seulement un intermédiaire de livraison.

L'entreprise accompagne les commerçants dans leur **digitalisation** avec une solution complète et clé en mains. epicery leur donne accès à toute la panoplie de communication possible pour être **valorisé sur la plateforme :**

- **shooting photo** pour référencer leur boutique sur la plateforme,
- création d'un **catalogue sur-mesure,**
- mise à disposition **d'outils numériques** pour gérer les commandes,
- **fourniture des sacs** et **gestion de la livraison** avec des partenaires spécialisés et responsables,
- gestion du **service client 7/7j,**
- toute la **communication** (référencement, création de trafic, kits digitaux pour les réseaux sociaux, affiliation, campagnes publicitaires, organisation d'événements, etc).

EPICERY LANCE UNE VITRINE DÉDIÉE À LA VALORISATION DES COMMERÇANTS :

" PLUS LOIN DANS LA PROXIMITÉ "

Valoriser les profils de commerçants partenaires, **retour d'expérience sur la création de leur entreprise, pédagogie et partage d'informations** pour faire mentir les mauvaises perceptions...

epicery met sa plateforme au profit des **enjeux de modernité, de pédagogie,** et à terme, **de ressources humaines.** En accompagnant la visibilité des offres d'emploi à pourvoir dans les commerces partenaires, epicery souhaite favoriser la rencontre des candidats avec ces entreprises qui recrutent.

John Gillot, fondateur de la Boucherie Moderne

"Le digital était un plus il y a 10 ans, aujourd'hui c'est ***une obligation !*** *C'est notre vitrine virtuelle qui nous permet d'exister auprès des clients. Sans perdre le contact avec eux,* ***nous continuons à les rencontrer, à échanger avec eux.*** *Le ressenti, le partage, les émotions cela aussi nous pouvons les partager virtuellement avec nos clients. Même lorsqu'ils déménagent, ils continuent à venir nous voir* ***grâce à notre vitrine en ligne."***

ACCÉDER AU SITE

Déjà présent dans 5 villes de France (Paris, Lille, Lyon, Toulouse, Bordeaux), epicery annonce se déployer en 2022 dans 5 nouvelles villes et métropoles, en commençant par Nantes et Strasbourg, pour participer à grande échelle à la digitalisation des commerçants de proximité, l'une de leurs priorités.

Si epicery est 100% digital, **l'échange humain et le lien** restent au cœur du modèle. C'est à cette condition que la tech se met au service des commerçants et non l'inverse. En effet, la plateforme permet de faire découvrir de nouveaux commerçants de centres-villes, où les clients pourront directement **aller à leur rencontre et nouer de nouveaux liens de proximité.**

Edouard Morhange, cofondateur et directeur général d'epicery

*"Depuis 2016, epicery est **engagé auprès des commerces de proximité** et nous renforçons cette relation car ils ont plus que jamais besoin de valorisation ! Ce sont les véritables **poumons de nos centres-villes.** Nous nous engageons à aller plus loin dans leur visibilité pour assurer leur **pérennité** et faire face aux acteurs internationaux du quick commerce."*

ÉTUDE COMPLÈTE À RETROUVER ICI

VIVE LE COMMERCE VIVANT !

À PROPOS DE EPICERY

Depuis 2016, epicery est une place de marché qui met la foodtech au service des commerçants de proximité, en opérant leur digitalisation et en mettant à l'honneur le commerce vivant. Autour du concept unique de la rue commerçante digitalisée, vitrine de tous les produits de qualité et emblème de la vie de nos quartiers, les commerçants de bouche (bouchers, poissonniers, primeurs, fromagers, etc) et désormais les fleuristes et restaurateurs, peuvent créer leur boutique en moins de 48h, et livrer ou opérer le click & collect. Fort d'une communauté de 1200 commerçants partenaires, et déjà présent à Paris, Lyon, Bordeaux, Lille, Toulouse, epicery opère son déploiement au national. Depuis janvier 2021 epicery fait partie du Groupe La Poste via sa filale GeoPost, et compte également Monoprix à son capital.

Pour plus d'informations : www.epicery.com

epicery