



Communiqué de presse

Croissy-Beaubourg, le 7 juillet 2022

Cora France poursuit ses engagements de réduction de papier avec un nouveau format de prospectus et de nombreuses initiatives pour inciter ses clients à consulter ses catalogues digitaux

Dans le cadre de ses engagements RSE de réduction de papier et dans le contexte de la crise des matières premières, Cora France accélère la refonte de ses communications promotionnelles. Après une phase de test menée en 2021, l'enseigne embarque 100% de ses hypermarchés dans sa démarche de réduction de la pagination, de rationalisation des volumes et d'optimisation de la distribution en boîte aux lettres de ses prospectus papiers. En parallèle, l'enseigne multiplie les initiatives pour inciter ses clients à consulter ses communications en version digitale.

Dès cette semaine, Cora France réduit la pagination de ses prospectus hebdomadaires distribués en boîte aux lettres dans l'ensemble de ses zones de chalandise. Des feuillets de 4 pages viennent ainsi remplacer les formats longs (d'une quarantaine de pages en moyenne) et permettre à l'enseigne de réaliser une économie de papier de l'ordre de 5 400 tonnes / an.

La grande variété de promotions hebdomadaires est toujours proposée et communiquée aux clients de l'enseigne grâce à de nombreux dispositifs digitaux qui s'adaptent à leurs préférences et habitudes d'information :

- Impression d'un QR code sur la couverture des feuillets renvoyant vers le site cora.fr et les versions *click & buy*¹ des formats longs ;
- Mise à disposition de magnet QR code² renvoyant vers le site cora.fr et les versions *click & buy*¹ des formats longs ;
- Renseignement d'un lien de renvoi vers les formats longs depuis la newsletter bihebdomadaire Cora France ;



Communiqué de presse

- Abonnement aux prospectus via le compte WhatsApp de l'enseigne ;
- Partage d'un lien de renvoi vers les formats longs via les réseaux sociaux de l'enseigne (Facebook, Pinterest, Instagram, TikTok³) ;

Ces différentes initiatives témoignent de l'accélération de la refonte de la stratégie de communication promotionnelle de l'enseigne. En effet, Cora France souhaite tout à la fois réduire son empreinte environnementale dans un contexte d'explosion du cours du papier mais également multiplier les canaux de communication avec ses clients, accélérer sa démarche de digitalisation et alimenter le trafic de ses magasins.

Pour faire connaître ces différentes initiatives et accompagner cette transition, une campagne de communication dédiée à été mise en place en presse quotidienne régionale le 24 juin dernier.

En parallèle et afin d'assurer une transition progressive aux clients les plus attachés aux prospectus longs, quelques exemplaires papiers restent disponibles en magasin.

Le déploiement de ce feuillet 4 pages et nos dispositifs de consultations en ligne viennent prolonger une démarche déjà amorcée par l'enseigne. Nous l'accélérons aujourd'hui aussi pour nous adapter à la conjoncture. C'est un engagement fort puisque c'est bien 100% de nos hypermarchés qui sont engagés dans cette démarche "moins de papier mais toujours autant de promotions" », **Vincent Lévy** - Directeur Digital, Client et Marketing Cora France.

¹ Version digitale cliquable permettant la mise au panier des références sélectionnées.

² Disponible en magasin en août 2022.

³ Prochainement.

The advertisement features a smartphone displaying the Cora mobile app interface with various product offers. To the left of the phone, a stack of red text boxes reads: "Il n'y a pas que votre ado qui va passer son temps sur son smartphone." Below this, a QR code is shown next to the text: "Ensemble, réduisons le papier. Retrouvez tous nos prospectus en ligne, sur cora.fr, mais aussi sur Facebook ou WhatsApp pour encore plus de promotions." At the bottom right, the Cora logo is accompanied by the tagline "L'hyper proximité".

À PROPOS

Depuis sa création en 1969 et avec aujourd'hui 18 000 collaborateurs et un réseau de 61 magasins, Cora est une des enseignes majeures de la distribution en France. L'entreprise familiale se distingue notamment par une organisation décentralisée permettant à chacun de ses magasins de s'adapter aux besoins des marchés locaux mais également de s'impliquer sur leur territoire et auprès de leurs parties prenantes.

Ariane Olleris – Pyksis Communication
ariane.olleris@gmail.com / 06 89 57 91 65