

Proxi News

La newsletter de vos magasins

#24 Janvier – Mars 2026





À la une

2025, année de tous les records pour Carrefour Proximité

Porté par une expansion exceptionnelle en 2025, Carrefour Proximité conforte sa position de premier plan sur le circuit de la proximité. Au total, 400 ouvertures de nouveaux points de vente ont eu lieu en 2025 parmi lesquelles 197 magasins avec le ralliement de Puig et l'acquisition de Magne. Elles portent le parc à presque 5 000 points de vente en France et permettent à l'enseigne de revendiquer la première place en nombre de magasins sur le circuit de la proximité, accompagnée d'une croissance de 0,2 point de part de marché sur le global marché GSA.

Un contexte porteur pour le commerce de proximité

Dans un environnement alimentaire tendu (inflation, tensions géopolitiques et politiques), le

circuit de la proximité tire largement son épingle du jeu. Le chiffre d'affaires de ce circuit progresse d'environ 70 % sur dix ans, avec encore une croissance de plus de 4 % en 2025, bien au-dessus des autres formats de la distribution. Et les évolutions des modes de vie soutiennent ce modèle : le vieillissement et l'urbanisation de la population entraînent une diminution de la taille des foyers plus petits, des déplacements en baisse, etc.



94 %

**C'est la part
des Français
qui reconnaissent
au commerce
physique un rôle
clé dans le
lien social.**



© Le Petit Valsois

76 %

**C'est la part
des Français
qui disent manquer
de temps pour faire
leurs courses.**

Autant de signaux qui laissent penser qu'avec un réseau qui continue de s'étendre et d'investir dans les territoires, Carrefour Proximité dispose de solides atouts pour poursuivre sa croissance, avec ses partenaires, sur un marché plus dynamique que jamais.

Évènements

CARREFOUR ET REFLETS DE FRANCE

Un double anniversaire



2026 marquera les 50 ans de la marque distributeur Carrefour et les 30 ans de Reflets de France, marque pionnière des produits régionaux. Une occasion unique de faire (re)découvrir à vos clients des recettes qui accompagnent leur quotidien depuis des décennies... tout en dynamisant votre chiffre d'affaires.

Conjuguer prix, qualité et goût, c'est la promesse annoncée par Carrefour en 1976 avec le lancement de sa marque distributeur. De la marque blanche aux marques Carrefour, l'offre s'est depuis enrichie sans jamais

renoncer au rapport qualité-prix. Pour célébrer cette réussite, un dispositif de communication 360° en magasin et dans les médias rythmera toute l'année du jubilé de la marque Carrefour : films TV, affichage, presse, digital... Autant de temps forts sur lesquels vous appuyer pour vos mises en avant.

Autre temps fort de l'année, les 30 ans de la marque Reflets de France, aujourd'hui forte de plus de 600 spécialités régionales, parmi lesquelles un trio gagnant : les véritables knacks, la flammekueche et la cancoillotte. Avec des recettes validées par le Comité Robuchon, une large part de son offre labellisée et une note moyenne de 4,4/5 dans les avis clients, Reflets de France s'impose plus que jamais comme ambassadrice du local et du goût. Elle séduit une majorité de seniors plutôt aisés, au cœur des cibles stratégiques de l'enseigne.

Ce double anniversaire est une formidable opportunité de réaffirmer la vocation de vos magasins : proposer des produits de qualité, accessibles, ancrés dans les territoires, au plus près des attentes des consommateurs.



SNACKING, SANTÉ, PETITS PRIX

Les familles à suivre en 2026

En magasin, on ne peut pas pousser les murs. Il faut donc choisir où mettre le curseur pour coller aux nouvelles attentes de vos clients et sécuriser vos marges.

En 2026, quatre familles prioritaires ont été identifiées selon leur potentiel de marge et les projets d'investissements industriels associés. Il s'agit du « snacking et du grignotage », portés par la montée des petits foyers et de la colocation, et du « manger sain et responsable » (bio, végétal, exotique), désormais fortement

plébiscité par les seniors. Autres succès attendus, les « plaisirs à petits prix » (bières, chips) pour les moments de convivialité et les grands rendez-vous sportifs à venir, notamment la Coupe du monde de football en juin ; ainsi que « l'hygiène-beauté et la santé (DPH) », avec notamment les produits pour l'incontinence, en réponse au vieillissement de la population.

À vous de jouer pour en faire les moteurs de votre croissance !

Les ventes en poupe

La Chandeleur et Pâques... ...Idéal pour dynamiser vos ventes gourmandes !

À l'image de Noël, la Chandeleur et Pâques sont deux moments parfaits pour créer de la convivialité en magasin. C'est aussi un moyen simple de booster les achats d'impulsion sans dispositif lourd. La preuve avec trois idées simples à mettre en œuvre.

1 Mettez en avant vos rendez-vous gourmands

Ingrédients pour pâte à crêpes, garnitures sucrées, cidres à la Chandeleur ; chocolats et confiseries à Pâques... Regroupez les produits stars du moment en têtes de gondoles ou en îlots. Cette visibilité immédiate participera à déclencher l'achat plaisir, y compris auprès de clients venus « seulement pour quelques courses ».



2 Organiser une tombola de fin d'année

Simple à mettre en place, la tombola est un excellent moyen, ludique et festif, de créer de l'animation dans votre

supérette. L'inscription peut se faire facilement au moment du passage en caisse (à partir d'un certain montant, par exemple),

et les vainqueurs du tirage au sort pourront repartir avec le lot de votre choix. Pourquoi pas un panier garni de produits de votre magasin ? Une façon d'encourager les achats de fin d'année et de créer un bouche-à-oreille positif.



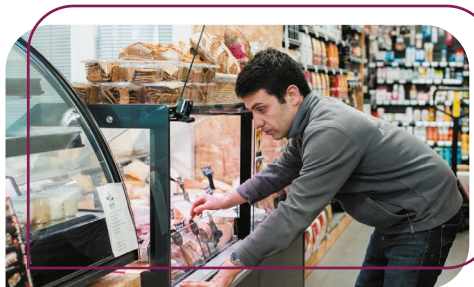
3 Pâques : jouez la carte famille et chocolat

Profitez de Pâques pour organiser une mini chasse aux œufs dans vos rayons : œufs et petits sujets en chocolat à retrouver, sachets prêts à offrir, récompenses symboliques pour les enfants. Annoncez l'animation avec quelques panneaux bien visibles. Vous pouvez aussi organiser un petit concours de dessin de cloches, œufs ou lapins... Vos jeunes clients seront emballés ! De quoi renforcer le trafic familial dans votre point de vente les jours précédant votre animation.



Vis ma vie

Deux commerces et un même esprit de village



© Guillaume Fauveau

À Arbonne, aux portes de Biarritz, et à Lesperon, au cœur des Landes, les Proxi tenus par Thomas et Anne Lalanne sont devenus des lieux de vie pour les habitants comme pour les touristes de passage. Le couple y déploie une même énergie : celle de commerçants passionnés, attachés à la vie de village et à leur territoire.



**Proxi 2, place Harismendi
64210 Arbonne**



Créé en 2020



**Surface de vente :
165 m²**



**Du lundi au vendredi de 8h à 13h
et de 16h à 19h30
Le samedi de 8h30 à 12h30 et de
16h à 19h30
Le dimanche de 8h30 à 12h30**



Clients/jour : 150/170



Panier moyen/jour : 15 €



**Proxi 2, place René Cousseau
40210 Lesperon**



Créé en 2025



**Surface de vente :
170 m²**



**Du lundi au vendredi : 8h30 à
12h45 et de 16h à 19h
Le samedi de 8h30 à 12h45 et de
16h30 à 19h
Le dimanche de 8h30 à 12h30**



Clients/jour : 75



Panier moyen/jour : 13 €

L'histoire d'Anne et Thomas débute un été, à la faveur d'un job saisonnier dans un magasin Carrefour. Ces deux enfants d'entrepreneurs rêvent d'avoir un jour leur propre commerce, entre les Landes et le Pays basque, et d'y travailler ensemble. Ils déposent alors une candidature auprès de Carrefour.

Une passion familiale

Trois ans plus tard, Carrefour les recontacte pour un projet de supérette à Arbonne. Dans ce village en développement, aux portes de Biarritz, la commune s'associe à Proxi pour son nouveau bâtiment de services. Le magasin ouvre le 15 janvier 2020. Avec la crise du Covid, la supérette devient vite incontournable. « *Des personnes qui ne s'étaient pas vues depuis des années se sont retrouvées chez nous* », se réjouit Thomas, qui a depuis, avec son épouse, acquis les murs du magasin, en faisant également un Relais La Poste et Française des jeux avec un coin café/snacking.

Deux heureux événements

L'an dernier, Thomas et Anne obtiennent une nouvelle supérette Proxi à Lesperon, dans les Landes. « *Ça a été une bonne surprise. Et nous avons appris, presque en même temps, que nous allions être parents* », raconte Thomas.

Installé dans une bâtisse landaise, le magasin de Lesperon est équipé de 30 panneaux solaires sur le toit. « *C'est une aubaine car l'énergie est un poste important pour une supérette. La mairie est très impliquée : notre loyer est raisonnable et la cantine voisine s'approvisionne tous les jours chez nous...* », apprécie Thomas.



C'est un métier qui demande beaucoup d'énergie et de rigueur, mais c'est une vraie satisfaction de faire vivre une supérette de village.



Produits locaux et esprit Proxi d'abord

Dans les rayons, une large place est réservée aux produits locaux. « *On vise environ 40 % de producteurs locaux et on complète avec les gammes Proxi, Carrefour, Reflets de France* », explique Thomas. Tous les dimanches, poulets rôtis et huîtres animent les abords des magasins qui, s'ils profitent d'un flux saisonnier important, sont d'abord pensés pour les habitants du village.

Une organisation parfaitement huilée

Avec un bébé et deux magasins ouverts sept jours sur sept, l'organisation des Lalanne est millimétrée. Le matin, chacun

rejoint son point de vente, assure la mise en rayons et le service jusqu'en début d'après-midi, avant de passer le relais à un salarié. « C'est un peu sport, mais on aime ça, résume Thomas. Heureusement, nous vivons à mi-chemin entre Arbonne et Lesperon. »

Corporate et fiers de l'être

« Proxi nous laisse une vraie liberté tout en nous assurant un accompagnement personnalisé. D'autres enseignes nous ont approchés, mais on ne se voit pas ailleurs ». Même en

vacances, le couple s'arrête dans les Proxi qu'il croise pour discuter avec d'autres gérants. « On passe tellement de temps dans nos supérettes qu'on vit Proxi », sourit-il.



© Guillaume Fauveau

Rencontres

Dans les coulisses de la supply chain avec Tessa Bartolucci

3 QUESTIONS À...

TESSA BARTOLUCCI

Responsable supply chain régional
Sud-Ouest, Carrefour Proximité
Dans le groupe depuis 23 ans



1 En quoi consiste votre métier ?

Tessa Bartolucci : Je travaille à la direction commerciale Carrefour Proximité, et j'assure l'interface entre le format et la logistique. Mon objectif est de garantir la qualité de la prestation logistique, de l'approvisionnement des entrepôts jusqu'à la livraison en magasin. Pour ce faire, j'interviens dans les instances logistiques, nationales et régionales, je traite les alertes récurrentes remontées par les délégués commerciaux et j'anime des ateliers sur les bonnes pratiques auprès du réseau. Cela implique beaucoup de relationnel et une vraie compétence technique sur les outils logistiques.

2 Quelles sont les spécificités logistiques des magasins de proximité ?

T. B. : Nos magasins ont des petites surfaces, souvent en centre ville ou dans des villages, ce qui rend la livraison complexe. Dans le Sud-Ouest, nous nous appuyons sur plusieurs entrepôts et sur des plateformes de transporteurs, qu'on appelle des « dégroupes », pour livrer les magasins les plus éloignés avec des moyens adaptés.

3 Quel bilan tirez-vous de 2025 et quelles sont vos priorités pour 2026 ?

T.B. : 2025 a été une année dense. Nous avons agrandi l'entrepôt frais mécanisé de Plaisance, près de Toulouse, qui dessert environ 600 magasins, et changé de prestataire à Cestas, près de Bordeaux, pour atteindre un niveau d'excellence opérationnelle comparable aux sites intégrés. Nous avons aussi challengé nos transporteurs sur le respect des plages de livraison et l'optimisation des tournées, déployé la lettre de voiture électronique ainsi que le système de géolocalisation MyTravis pour mieux suivre les livraisons. En 2026, nos principaux chantiers portent sur la dématérialisation complète des documents de livraison y compris pour la partie « dégroupage » et sur l'anticipation des pics saisonniers, très marqués dans la région. La logistique est un sujet sensible pour les gérants, nous allons également veiller à améliorer la communication entre les magasins, les service client et la logistique.



93 avenue de Paris
CS15105 – 91342 MASSY CEDEX

Retrouvez également cette newsletter sur
<https://carrefour-proxinews.fr/24/>

