



Communiqué de presse

Intermarché et Catalina lancent « Mes Défis gagnants », le nouveau programme d'engagement ultra-personnalisé pour fidéliser les clients de l'enseigne.

Boulogne-Billancourt, le 3 avril 2023

Il n'existe quasiment pas d'exclusif à une enseigne. En moyenne, un client visite entre 5 et 7 enseignes différentes, ce qui explique que le taux de fidélité à une enseigne dépasse rarement les 35% (Kantar, Octobre 2022, Source Editions Dauvers). L'image prix et la promotion sont des ingrédients-clés pour fidéliser les consommateurs... Pour autant, par souci écologique et économique, de nombreux distributeurs cherchent également à réduire la distribution de leurs prospectus voire, à la supprimer ! De nouvelles solutions doivent donc être trouvées pour rester attractifs et efficaces auprès des consommateurs.

Zoom sur une enseigne qui s'est lancé ce défi de taille !

« Mes Défis Gagnant » : des défis personnalisés chez Intermarché

Depuis le 3 avril, au sein de son application et du site intermarché.com, Intermarché propose à ses clients le dispositif « Mes Défis Gagnants », des défis promotionnels personnalisés sur leurs marques préférées.

Chaque défi comporte 3 niveaux de récompenses pour lequel le consommateur est invité à réaliser d'une part des achats au sein des magasins de l'enseigne ou en drive, et d'autre part des missions plus relationnelles avec les marques concernées comme regarder une vidéo ou donner son avis sur des produits. Grâce à ce dispositif, le consommateur est récompensé pour sa fidélité à l'enseigne et aux marques ; pour l'enseigne, cela permet de développer la fréquence de visite et le panier d'achats. Face au contexte de l'inflation, Marjorie Jouzel, chef d'entreprise de l'Intermarché à Laval et en charge de la direction marketing client de l'enseigne, nous rappelle qu'au travers de cette nouvelle mécanique, *« Intermarché souhaite redonner du pouvoir d'achat à ses clients en leur permettant de cagnotter des euros supplémentaires sur leur carte de fidélité »*

En effet, Les défis gagnants sont accessibles aux clients encartés de l'enseigne. Il est possible pour eux de démarrer, à tout moment dans le mois, des défis sur leurs marques nationales préférées ou sur un rayon de l'enseigne, et une fois inscrit aux défis, le client dispose de 28 jours pour les terminer. *« Nous souhaitons ainsi chaque mois, donner RDV à nos clients pour leur apporter des avantages concrets sur leurs achats du quotidien »* ajoute Marjorie Jouzel.

ONE : la solution digitale ultra-personnalisée de Catalina au cœur du dispositif

Pour ce dispositif, Intermarché a choisi Catalina, leader de l'activation client et sa solution de défis personnalisés ONE. La solution digitale ONE s'appuie sur des algorithmes développés par les équipes Data Science de Catalina afin de définir des défis sur-mesure pour chaque client dans le but de les fidéliser et de maximiser leur valeur pour l'enseigne.

« Grâce à l'Intelligence Artificielle, nous proposons 99% de combinaisons uniques aux clients Intermarché, que ce soit sur la remise, l'effort d'achat ou l'affichage des offres. Cette ultra-personnalisation permet de renforcer l'intérêt du client Intermarché pour les Défis qui lui sont proposés et par conséquent dynamiser le chiffre d'affaires de l'enseigne. Catalina a toujours été précurseur sur l'utilisation de la data et la personnalisation des offres, et nous sommes très heureux de pouvoir continuer à mettre notre savoir-faire au service d'Intermarché » explique Pauline Gougeon, Directrice Générale de Catalina France.

Intermarché a choisi la solution ONE suite aux résultats positifs observés lors du test effectué à l'automne 2022 : 7 visiteurs sur 10 ont commencé un défi personnalisé et près de 95% d'entre eux souhaitaient rejouer.

Depuis le lancement le 3 avril dernier, plus d'1,2 millions de défis ont été activés par les clients de l'enseigne !

Mes Défis Gagnants est disponible depuis le 3 avril dans l'application Intermarché et sur le site [intermarche.fr](https://www.intermarche.fr)

Un mot sur Catalina

Catalina est la société leader dans l'activation client personnalisée en grande distribution. Elle accompagne les marques et les distributeurs dans leurs campagnes marketing en digital ou en magasin, avec des promotions ultra personnalisées basées sur l'analyse de données en France (38 millions de cartes de fidélité et 3.1 milliards de transactions analysées). Elle développe et commercialise actuellement la solution ONE pour les distributeurs, solution digitale d'engagement implémentée au cœur du dispositif Mes Défis Gagnants d'Intermarché.

À propos du Groupement Les Mousquetaires

À la tête de leurs points de vente indépendants, les 3 000 chefs d'entreprise Mousquetaires forment un collectif d'entrepreneurs engagés dans le tissu socio-économique de leurs territoires. Pour faire face aux besoins de leurs enseignes, Intermarché, Netto (alimentaire) ; Bricomarché, Brico Cash, Bricorama (équipement de la maison) ; Roady et Rapid Pare-Brise (mobilité), les Mousquetaires disposent de leurs propres services d'appui, de leurs bases logistiques et de 56 usines agroalimentaires, toutes situées en France. Créé en 1969, le Groupement Les Mousquetaires emploie 150 000 salarié(e)s au service de la performance de plus de 3 100 points de vente de proximité en France. Les Mousquetaires déploient aussi leurs enseignes en Belgique, Pologne et Portugal. Pour en savoir plus www.mousquetaires.com