

Carrefour Belgium fait appel à Alkemics pour digitaliser et partager son catalogue produit avec Yuka

Paris, le 13 juillet 2021 - Carrefour Belgium devient la première enseigne en Belgique à rejoindre le Programme Transparence Conso d'Alkemics et à partager la totalité des informations sur ses produits alimentaires à marques de distributeur avec Yuka.

Une initiative qui s'inscrit dans le programme mondial « Act for Food » de Carrefour pour s'engager concrètement dans la transition alimentaire, de la production à la consommation (traçabilité des produits, accès au bio 100% local, etc.).

Mise à jour des fiches produit Carrefour Belgium sur Yuka via Alkemics

Avant

Information produit renseignée par le consommateur

Bon – 69/100

Après

Information produit partagée par la marque sur Alkemics

Excellent – 84/100

Mise aux normes du visuel du produit

Recalcul du Score Yuka en fonction de la déclaration nutritionnelle

Modification du libellé du produit

ALKEMICS
— now part of SALSIFY

*Application affichée : Yuka

Favoriser la transparence de l'information

Grâce à ce partenariat avec la plateforme Alkemics qui garantit une transmission des données fiable, automatisée et constamment à jour, les informations produits de Carrefour Belgium sont désormais accessibles sur l'application Yuka. Au total, **plus de 1.000 références alimentaires sont disponibles aux consommateurs belges sur Yuka.**

Objectif pour l'enseigne : répondre aux attentes actuelles des consommateurs en matière de qualité et de transparence.

« Avec « Act for Food », Carrefour est déjà au cœur de la transition alimentaire, et engagée dans le partage de l'information et la pédagogie vis-à-vis du consommateur. Ce dernier doit absolument pouvoir faire ses choix en toute connaissance de cause. La collaboration que nous initiions avec Alkemics s'inscrit dans la continuité de ce positionnement », explique **David Kestermans, Directeur Marketing et Transformation Digitale chez Carrefour Belgium**, « La mission de Carrefour est de rendre le meilleur accessible à tous. Nous cherchons à apporter plus de transparence au consommateur, indépendamment même du système de notation ou de l'application utilisée. »

Initier un cercle vertueux entre applis, distributeurs et consommateurs

Avec son **Programme Transparence Conso**, le parti pris d'Alkemics est clair : **industriels, producteurs et distributeurs peuvent partager en toute simplicité les informations publiques inscrites sur les produits** (composition, informations nutritionnelles, allergènes, etc.) avec les applications telles que Yuka et ainsi se rapprocher des attentes de leurs consommateurs.

Finis les informations inexactes, les notes incorrectes et les photos peu qualitatives, **les marques reprennent la main sur l'information partagée en temps réel au consommateur**. Grâce au Programme Transparence Conso, les applications consommateur trouvent une source de donnée fiable auprès des marques qui, quant à elles, apportent plus de transparence en partageant les informations qui comptent pour leurs consommateurs. De son côté, le consommateur accède à des informations fiables et mises à jour en temps réel par les marques pour chaque produit recherché via son appli préférée.

« La transparence de l'information est aujourd'hui une composante déterminante dans l'acte d'achat, au même titre que les caractéristiques du produit. Notre volonté est de réconcilier marques et distributeurs avec les attentes de leurs consommateurs en proposant une instance de partage de l'information produit simple et unique vers plusieurs dizaines d'applications consommateur comme Yuka » souligne **Antoine Durieux, co-fondateur et CEO d'Alkemics**, « Carrefour Belgium devient aujourd'hui un pionnier de la transparence consommateur en Belgique, nous espérons que cette démarche puisse convaincre les autres distributeurs à lui emboîter le pas. »

À propos d'Alkemics-Salsify :

Alkemics est la plateforme de gestion de l'expérience fournisseur utilisée par les plus grands distributeurs européens pour découvrir, référencer, ou commercialiser les produits de plus de 20.000 marques. Ces dernières l'utilisent pour gagner en visibilité auprès des distributeurs, et en transparence vis-à-vis de leurs consommateurs grâce au partage de leur catalogue produits sur tous types de canaux. La plateforme est ouverte au-delà de l'alimentaire à la distribution spécialisée comme le bricolage, la beauté, la santé, le jouet ou l'ameublement.

En mai 2021, Alkemics devient la filiale européenne de la société américaine [Salsify](#). Les deux solutions combinées donnent naissance à la plateforme de "Commerce Experience Management" (CommerceXM) pour offrir aux fournisseurs et distributeurs une collaboration renforcée dans plus de 80 pays. La fluidification de tous les échanges d'informations à chaque étape de leur relation commerciale accélère la mise en marché des produits et permet une expérience produit sans précédent quel que soit le canal d'achat des consommateurs.

Les plus grandes marques mondiales, dont Mars, L'Oréal, Coca-Cola, Bosch et GSK, ainsi que des distributeurs comme E.Leclerc, Carrefour, Intermarché et Metro, utilisent la plateforme Salsify au quotidien pour gagner la bataille du digital et de l'omnicanal.

Salsify est désormais la première plateforme technologique globale de gestion du commerce, soutenue par les équipes R&D et produits les plus performantes. La société issue de la fusion dépasse les 100 millions de dollars de chiffre d'affaires et compte 600 employés, avec des bureaux à Paris, Boston et Lisbonne.

À propos de Carrefour Belgique :

En Belgique, Carrefour compte 786 magasins, présents sous plusieurs formats : les Hypermarchés Carrefour, les supermarchés Carrefour Market, les magasins de proximité Carrefour Express ainsi que 230 points de retrait Carrefour Drive.

En mettant le client au cœur de ses priorités, Carrefour veut s'affirmer comme le partenaire de leur vie quotidienne en leur proposant un large choix de produits et de services aux meilleurs prix et ce, grâce à l'investissement quotidien de plus de 11.300 collaborateurs engagés.

Pour répondre aux nouveaux modes de consommation et faciliter les courses de ses clients, Carrefour a développé des solutions sur plusieurs canaux. Ses clients peuvent désormais faire leurs courses en ligne sur le [site](#) et l'application de Carrefour, sur ShipTo ou encore via Uber Eats. Ils peuvent ainsi se faire livrer à domicile ou dans l'un des 230 points de collecte Drive.

Par ailleurs, à travers son programme [Act For Food](#), Carrefour a pour ambition de devenir le leader dans le domaine de la transition alimentaire pour tous. Le groupe s'engage ainsi à mettre en place des actions concrètes pour préserver l'environnement et assurer à tous l'accès à une alimentation de qualité.

Carrefour Belgique fait partie du Groupe Carrefour, l'un des leaders mondiaux du commerce alimentaire, qui emploie plus de 320 000 collaborateurs dans le monde. Avec un chiffre d'affaires de près de 78,6 milliards d'euros en 2020, Carrefour compte aujourd'hui 13 000 magasins répartis dans plus de 30 pays.

Pour plus d'informations : <https://newsroom.carrefour.eu/fr> (espace presse), <https://www.carrefour.eu/fr.html>, ou pour nous suivre sur LinkedIn : [@CarrefourBelgium](#).

Contacts Presse :

| Alkemics | Carrefour Belgium (FR) | Carrefour Belgium (NL) |
|---|---|---|
| Carine Lennuyeux RP au carré carine.lennuyeux@rp-aucarre.com +33 (0)6 84 10 73 02 | Siryn Stambouli Porte-parole - Carrefour press_be@carrefour.com +32 (0) 479 37 42 15 carrefour.eu | Aurélie Gerth Woordvoester - Carrefour press_be@carrefour.com +32 (0) 473 99 05 24 carrefour.eu |