

Netto lance sa carte de fidélité 100% digitale, un nouvel outil pour la défense du pouvoir d'achat de ses clients

Netto, seule enseigne française de discount alimentaire, lance sa carte de fidélité 100% digitale. Elle sera disponible en téléchargeant l'application « Netto France » dès le 26 septembre 2023 sur les stores. « Ma carte Netto » permet aux clients de cagnotter jusqu'à 10€ chaque semaine¹ et de consulter les prospectus et autres documents dématérialisés (tickets de caisse, bons d'achats, etc.). Netto renforce ainsi son positionnement de défenseur du pouvoir d'achat de ses clients, et accélère le recrutement et la fidélisation des clients.

Netto lance sa carte de fidélité digitale, « Ma carte Netto », active dès le 03 octobre



Netto, seule enseigne française de discount alimentaire qui permet de faire un vrai plein de courses toute l'année à prix imbattables, lance sa carte de fidélité 100% digitale. « Ma carte Netto » sera disponible dans les stores en téléchargeant l'application « Netto France » dès le 26 septembre. Dès le 03 octobre, les clients Netto pourront bénéficier des avantages liés à la carte.

La carte permet de cagnotter jusqu'à 10€ chaque semaine. Les avantages sont exprimés en euros sur des produits dédiés dans le prospectus, et non en pourcentage, ce qui est un atout différenciant et plus immédiat pour les clients. L'application donne accès à des offres exclusives dédiées, des bons d'achat dématérialisés et la consultation des prospectus de la semaine en cours et à venir. Elle permet aussi de consulter ses historiques d'achat et d'avoir accès à ses tickets de caisse dématérialisés.

« Nous sommes fiers de proposer une carte de fidélité 100% digitale et avec de tels avantages. Cela répond à une véritable attente de nos clients, pénalisés par le contexte inflationniste, et va permettre à Netto de relever le défi de la fidélisation. Notre objectif est de mieux connaître nos clients pour améliorer encore leur niveau de satisfaction en leur proposant des offres exclusives. » confie Charlyne Guenec, chef d'entreprise Netto à Nantes (44) en charge du projet « Ma carte Netto ». L'enseigne renforce ainsi son positionnement de défenseur des prix bas en soutenant davantage le pouvoir d'achat de ses clients, et s'empare d'un sujet stratégique à fort enjeu pour les discounters : le recrutement et la fidélisation des clients.

Netto poursuit sa transformation et confirme ses ambitions de développement sur le territoire

L'enseigne Netto a connu une année 2022 très performante, notamment grâce au déploiement de son concept POP qui génère une hausse moyenne du chiffre d'affaires entre 15% et 35% et une progression moyenne du trafic clients de 9%, selon les points de vente. Netto poursuit sa transformation et atteindra 194 points de vente POP d'ici la fin de l'année, soit 62 % du parc. L'enseigne réaffirme aussi sa forte ambition de développement, avec l'objectif d'atteindre les 500 points de vente d'ici 2027. « Netto incarne le nouveau discount, qui conjugue prix bas et achat plaisir. L'enseigne transforme non seulement ses points de vente avec le concept POP, très performant, mais elle transforme également ses pratiques avec la digitalisation. 2023 est une année clé avec le lancement de notre carte de fidélité 100% digitale, à retrouver sur notre application Netto France. » ajoute Charlyne Guenec.

¹ Les clients pourront cagnotter jusqu'à 10€ par semaine pour un panier moyen de 28€.



À propos du Groupement Les Mousquetaires et de Netto

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 7 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 collaborateurs 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

Avec 314 points de vente en France (dont près de la moitié au nouveau concept POP/Prix Optimisme Plaisir), Netto s'impose comme le seul hard discounter alimentaire français. Cet ancrage lui permet aujourd'hui de proposer 80 % des produits à marque Netto fabriqués en France, au sein d'une offre de 4 000 produits pour faire le plein de courses avec du frais discount, des prix imbattables pour 1 000 produits du quotidien et un espace déstockage. Pour en savoir plus <https://www.netto.fr>

Contacts Presse : SOURCE RP

Charlotte Rabilloud - 06 62 03 28 34 / 01 85 78 66 32 - charlotte@source-rp.com

Michelle Kamar - 06 09 24 42 42 / 01 85 78 66 31 - michelle@source-rp.com