



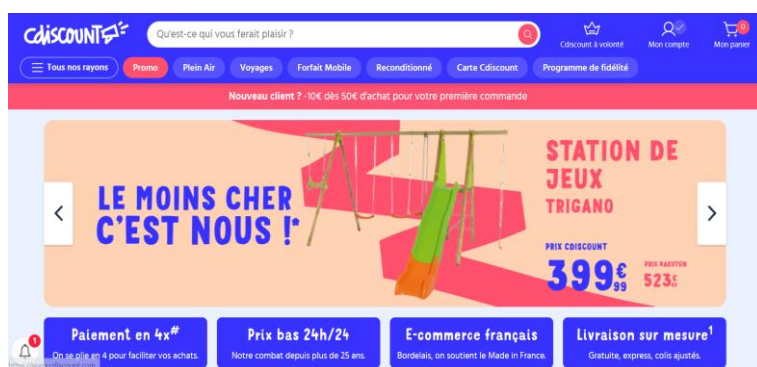
Communiqué de presse
24 juin 2024

Cdiscount dévoile sa nouvelle plateforme de marque DÉFENDRE LE POUVOIR D'AVOIR LE CHOIX

Cdiscount, premier e-commerçant français dévoile sa nouvelle plateforme de marque conçue en collaboration avec l'agence Carré Noir. Avec cette nouvelle identité, Cdiscount fait peau neuve et réaffirme ses valeurs en clamant haut et fort sa raison d'être, celle de défendre le pouvoir d'avoir le choix. Cette nouvelle étape s'inscrit dans le mouvement stratégique majeur déjà opéré par Cdiscount vers la marketplace et en faveur d'une consommation plus responsable.

Dans le contexte actuel de chute sans précédent du pouvoir d'achat qui obère la capacité des Français à s'équiper correctement d'un côté, et de l'autre, la crise climatique qui incite à mieux consommer, Cdiscount a décidé d'accélérer sa stratégie marketplace qui offre plus de choix et assure les prix les plus attractifs du marché tout en développant encore plus son offre responsable.

Cette nouvelle plateforme de marque vient illustrer cette stratégie en renforçant la promesse client de Cdiscount. Elle souligne sa capacité à augmenter le pouvoir d'achat des Français, à leur donner accès à une offre large et de qualité, mais aussi à les aider à mieux consommer. Une promesse qui se concrétise par des mesures fortes qui permettent de redonner le pouvoir aux consommateurs de choisir à l'instar d'une nouvelle initiative mise en place depuis début juin : l'affichage sur des milliers de fiches produits d'un comparatif entre le prix pratiqué par Cdiscount et ceux de ses concurrents permettant de constater que Cdiscount propose les prix les moins chers.



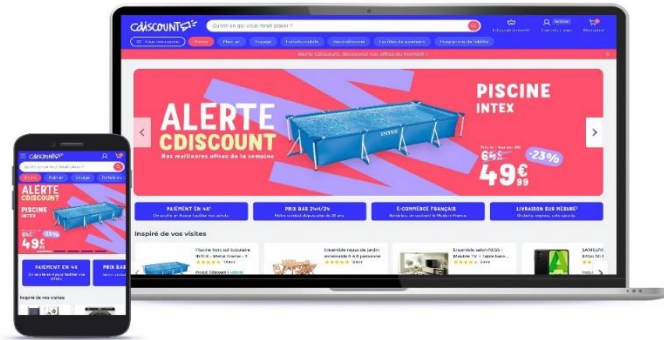
En 25 ans, Cdiscount a su bâtir une marque populaire, positive, française, engagée qui repose sur des piliers et des fondamentaux solides. « **En lien avec notre nouveau plan stratégique, il était important pour nous de réaffirmer notre promesse client : être utile aux Français en leur proposant du positif, des solutions et de la pertinence** » précise Thomas Métivier. Cdiscount peut en effet se prévaloir d'atouts majeurs qui lui permettent de se différencier sur le marché grâce à :

- Tous les jours, des centaines de milliers de produits au prix les plus attractifs du marché et des offres promotionnelles en continu tout au long de l'année ;
- Un catalogue de plusieurs millions de produits de qualité et des services sur mesure (livraison responsable, service logistique à la pointe de la technologie, paiement en plusieurs fois, programme de fidélité Cdiscount à Volonté permettant notamment de cagnotter etc.) ;

CDISCOUNT est une filiale du GROUPE CASINO

- Un engagement qui allie consommation plus responsable et pouvoir d'achat tout en valorisant un e-commerce à « la Française » soutenu par une part croissante de produits vertueux (*plus réparables, moins énergivores, reconditionnés, made in France etc.*). Ces derniers représentent plus de 20% des ventes.

A travers cette nouvelle identité, le leader français du e-commerce rend audible sa proposition de valeur. Le **symbole du porte-voix désormais associé au logo de la marque est le signe d'un militantisme assumé au regard des nombreux atouts dont dispose l'entreprise : moins cher, malin et engagé.** Le choix de la typographie manuscrite et propriétaire renvoie par ailleurs au lien de proximité qu'entretient l'entreprise et dont l'ADN a toujours été de se tenir au plus près des réalités des Français.



« Dans un environnement économique difficile, les Français veulent à la fois préserver leur pouvoir d'achat mais aussi consommer de façon responsable, deux tendances que nous voulons réconcilier. Avoir le choix, c'est permettre aux consommateurs d'arbitrer librement en fonction de leurs priorités » explique Thomas Métivier, Président Directeur général de Cdiscount. **« Ce positionnement militant est la traduction de notre engagement envers nos clients. Il matérialise notre vision du e-commerce, qui se veut responsable et au plus proche des clients »** ajoute-t-il.

Pour Philippe Palazzi, Directeur général du groupe Casino : **« Cette nouvelle plateforme de marque de Cdiscount est une étape-clé dans notre volonté de renforcer toujours plus la proximité avec nos clients. Cdiscount, leader français du e-commerce s'engage à offrir plus de choix aux consommateurs, tout en protégeant leur pouvoir d'achat. La proximité, c'est l'ADN commun à toutes les marques du groupe Casino ; nous disposons d'un maillage d'emplacements exceptionnels et totalement uniques. Cela vaut pour Cdiscount qui est toujours à portée de pouce !».**

A propos de Cdiscount :

Cdiscount.com est une filiale du groupe Casino. Leader français de e-commerce, expert de la tech et de l'IA et pionnier du numérique responsable, l'entreprise basée à Bordeaux compte à ce jour plus de 2300 collaborateurs. Engagé depuis 2021 dans une transition de modèle hybride – vente en propre et vente en marketplace – Cdiscount compte plus de 14 000 commerçants partenaires au soutien de son catalogue large de 80 millions de produits. Pionnier du e-commerce responsable, Cdiscount s'engage au service de tous pour redonner aux consommateurs le pouvoir de choisir en proposant une offre large et de qualité tout en les accompagnant à mieux consommer.

CONTACTS PRESSE

Vae Solis Communications - cdiscount@vae-solis.com – 06 60 90 69 72

Direction de la communication

Elody RUSTARUCCI – elody.rustarucci@cdiscount.com – 06 18 33 17 86

Tatiana KONDÉ – tatiana.konde@cdiscount.com – 06 31 18 26 94

Suivez notre activité institutionnelle



CDISCOUNT est une filiale du GROUPE CASINO