

## **Les fromentiers, le spécialiste du pain, lance un programme de Fidélisation croustillant pour ses 140 boulangeries en partenariat avec ADELYA.**

De la carte papier à la carte de fidélité « sans contact », le Groupe les fromentiers mise sur la technologie NFC pour apporter plus d'interactivité client en magasin.

**Toulouse, le 15 Janvier 2013** – La société française ADELYA, spécialiste de la fidélisation fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC, annonce ce jour que le groupe les fromentiers a choisi la solution de fidélisation Loyalty Operator pour fidéliser sa clientèle, animer ses points de vente et interagir avec ses clients.

### **les fromentiers, une marque unique centrée clients**



Le nouveau concept "les fromentiers" succède aux enseignes historiques : La Fromenterie, L'Épi Gaulois et La Maison des Pains. Avec ce nouveau concept, Les Fromentiers souhaite apporter à leurs franchisés un souffle nouveau en matière de fidélisation. L'importance étant donnée à la connaissance client et à l'interaction personnalisée. Leur choix s'est naturellement porté vers ADELYA, spécialiste de la Relation Client pour les Enseignes et Commerçants.

*« L'ambition des fromentiers est de créer une marque unique, une référence dans l'univers du pain. Une marque plébiscitée et choyée par nos clients. »* explique Véronique Delannoy, Responsable Marketing et Communication réseaux *« Jusqu'à hier, notre carte était papier, nos consommateurs anonymes. Aujourd'hui, nous privilégions l'interaction client : connaître ses clients, les récompenser, personnaliser nos promotions, bref animer notre point de vente tout simplement. »*

### **La plateforme Loyalty Operator accompagne le développement des fromentiers**

Chez Les Fromentiers, la fidélité est simple et pratique : une seule carte pour un programme multiple valable aussi bien sur le pain, la viennoiserie que sur les menus.

- Avec Loyalty Operator, les fromentiers interagissent en temps réel avec chaque client. Plateforme NFC, il suffit au client d'approcher sa carte de fidélité vers le lecteur en caisse pour être immédiatement reconnu. L'acte de vente est alors totalement personnalisé.
- Avec Loyalty Operator, les clients des boulangeries « les fromentiers » sont certains de recevoir les promotions exceptionnelles et de tester les nouveaux produits en avant-première.



## COMMUNIQUE DE PRESSE

« Le Groupe les fromentiers est un bon exemple de l'importance pour une Enseigne de personnaliser la relation client en magasin. Dans une conjoncture difficile, il est primordial, de tisser un lien fort avec ses clients, ceci passe par la récompense mais surtout par la reconnaissance du client et la connaissance de ses habitudes de consommation. » explique Jean-François Novak, Président d'ADELYA « Avec notre solution de Relation Client, les fromentiers identifient leurs clients en temps réel mais connaissent aussi la cuisson préférée de chaque client. Une petite attention qui renforce le lien avec son boulanger. Par ailleurs en boulangerie, il faut aller vite en caisse et à ce titre la technologie NFC directement utilisée par le consommateur, permet d'être plus rapide que le coup de tampon papier »



Société innovante créée en 2005 par des pionniers du CRM, ADELYA propose aux Enseignes et Commerçants une plateforme web de Fidélisation et de Relation Client fondée sur les technologies mobiles et sans contact NFC. Véritable opérateur de fidélisation, ADELYA aide les points de vente à instaurer une relation client interactive et à augmenter les ventes.

Conçue pour les commerçants et les villes, la plateforme Loyalty Operator propose des services marketing innovants et interactifs: cartes de fidélité, campagnes marketing, city pass, couponing, bons plans, cartes cadeaux, promotions, statistiques et analyses. Elle permet de toucher le consommateur sur son lieu d'achat favori (Point De Vente, vente en mobilité, eCommerce) en utilisant son canal de communication privilégié : sms, emailing, courrier, téléphone mobile, réseaux sociaux. Complément naturel à Loyalty Operator, ADELYA a développé Loyalty Avenue, applications web et mobile permettant aux consommateurs de consulter les boutiques, les bons plans et leurs avantages fidélité (loyalty wallet). Loyalty Avenue est disponible en marque blanche sur smartphones et smartphones cityzi.

Parmi nos clients : Aéroports de Lyon, bars&co, Carlson WagonLit Voyages, Decitre, Doc'Biker, Havas, Groupe Bertrand, Movidia, Les Offices de Commerce de Nice et de Bayonne, l'Office de Tourisme et des Congrès de Marseille, Optical Discount, les Thermes de VITTEL ... [www.adelya.com](http://www.adelya.com) [www.adelyastore.com](http://www.adelyastore.com)

Loyalty Operator est une marque déposée de la société ADELYA. Tous les autres noms de sociétés ou produits appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

### Contacts PRESSE

---

Cécile MOREL – ADELYA - 05 62 24 93 04 – [cecile.morel@adelya.com](mailto:cecile.morel@adelya.com)