

Communiqué de presse
Lundi 1^{er} décembre 2008

Biocoop, premier réseau de magasins bio en France, s'appuie sur la technologie Asterop pour développer son réseau

Avec 30% de croissance et plus de 30 ouvertures de magasins par an, Biocoop fait figure de champion sur le secteur de l'alimentaire. Depuis 2005, la coopérative de magasins bio s'appuie sur la technologie de géomarketing décisionnel Asterop pour le développement de son réseau de points de vente.

Si l'engagement éthique des sociétaires reste le même, le réseau Biocoop a connu un développement spectaculaire depuis la création de l'enseigne Biocoop en 1986. D'association loi 1901, Biocoop s'est transformée en Société Anonyme en 2002, et représente aujourd'hui le premier réseau de magasins bio en France avec 312 points de vente existants et un rythme d'ouverture de plus de 30 magasins par an.

Certes, alors que le secteur de la distribution alimentaire est plutôt morose, la bio a plutôt le vent en poupe. Mais Biocoop a su également mettre en place une stratégie et des outils qui lui permettent de gérer son développement de façon innovante et efficace, notamment en se dotant dès 2005, avec Asterop GeoIntelligence Analyzer, d'un outil de géomarketing décisionnel pour l'ouverture de ses points de vente.

Biocoop propose ainsi à ses sociétaires diverses études décisionnelles Asterop (performances commerciales des magasins, distribution d'imprimés sans adresses, implantation de nouveaux magasins...), qui leur permettent de disposer d'une approche analytique objective pour éclairer leurs stratégies commerciales d'implantation et identifier des leviers d'optimisation de la performance.

« Biocoop est issue du monde associatif, avec des valeurs basées sur la conviction et de militantisme », explique Yacine Kaid, Responsable du Développement Magasins de Biocoop. **« Notre objectif premier avec l'acquisition de la technologie Asterop était de nous doter d'outils permettant d'objectiver les choix d'implantation de magasins des nouveaux porteurs de projets. Cette approche a été couronnée de succès, avec un réseau qui compte aujourd'hui 312 points de vente et plus de 30 ouvertures par an ».**

D'une approche empirique à une approche de modélisation avec le module « Simulation dynamique » d'Asterop

En 2007, Biocoop, a souhaité faire évoluer son application Asterop et s'est doté du module complémentaire **Asterop Simulation Dynamique** d'Asterop. **« Nous voulions passer d'une approche empirique à une approche de modélisation »,** commente Yacine Kaid. Le module Asterop Simulation Dynamique permet l'estimation interactive des potentiels de vente des projets d'implantation ou de rénovation avec mesure d'impact sur le réseau existant. Ce module permet d'exploiter les algorithmes de constitution des zones d'influence et les modèles d'estimation des potentiels de vente magasin.

Biocoop réalise actuellement 50 à 70 études par an pour son réseau. Ce chiffre va être amené à augmenter significativement en 2009 avec le renforcement de l'équipe Etudes. Par ailleurs, l'application Asterop va aussi continuer à évoluer : **« Avec deux ans de recul et une forte croissance, nous envisageons une nouvelle évolution de l'outil début 2009, afin de prendre en compte les modifications d'un paysage qui évolue rapidement »**, conclut Yacine Kaid.



Relations Presse
H& B Communication
Christiane Decerle : 06 07 96 79 17
c.decerle@hbcommunication.fr
Anne Hardy : 01 58 18 32 51
a.hardy@hbcommunication.fr

A propos de Biocoop (www.biocoop.fr)

Biocoop, premier réseau de magasins bio en France, rassemble plus de 300 magasins bio autour d'un objectif commun : le développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération. Leader de la distribution alimentaire biologique, Biocoop s'illustre aussi par ses produits du commerce équitable et par un choix très étendu d'écoproduits et de cosmétiques. Plus qu'un simple réseau de commerçants, Biocoop souhaite aussi peser sur les choix de société et partager son projet avec d'autres acteurs : salariés, consommateurs, producteurs et partenaires.

A propos d'Asterop (www.asterop.com)

Asterop, créée en 1999, s'est imposée en quelques années comme un acteur majeur des solutions décisionnelles dédiées au marketing stratégique des entreprises à réseaux de vente. Elle est fournisseur de services de géomarketing en ligne (SaaS), de données à haute valeur ajoutée et d'une plate-forme technologique et méthodologique.

Les applications décisionnelles, opérationnelles et stratégiques d'Asterop permettent d'éclairer les stratégies de développement de tous les acteurs du commerce, de la distribution, de la banque/assurance et de la grande consommation.

Asterop compte parmi ses clients de grandes enseignes telles que Le groupement des Mousquetaires (Intermarché), Monoprix, Intersport, Castorama, Conforama, Ikea, Optic2000, Atlas, Fly, Crozatier, BNP Paribas, LCL, Banques Populaires, Groupama, Aviva, Generali, Crédit du Nord...