



Communiqué de presse
Massy, le 16 juin 2020

Les courses à la voix, la nouvelle expérience e-commerce alimentaire lancée par Carrefour et Google en France

Carrefour et Google lancent aujourd’hui en France, dans le cadre de leur partenariat stratégique signé en juin 2018, une nouvelle expérience e-commerce de courses alimentaires à la voix. Carrefour poursuit ainsi le développement de son offre omnicanale en étant le premier distributeur au monde à mettre à la disposition de ses clients le nouveau service de courses à la voix intégré de l’Assistant Google. Ce service innovant combine plusieurs avancées technologiques pour simplifier et personnaliser l’expérience d’achat alimentaire, dans un cadre protecteur des données personnelles des utilisateurs.

Un nouveau service innovant, qui simplifie et personnalise l’expérience d’achat alimentaire

Dans sa trajectoire d’accélération sur le e-commerce, Carrefour enrichit l’offre de services proposée à ses clients en misant sur un **canal supplémentaire, la voix**, dont l’usage progresse vite (technologie déjà adoptée par 46% des Français, source : étude CSA et Hadopi, Assistants vocaux et enceintes connectées, mai 2019). Le nouveau service lancé aujourd’hui avec Google pour faire ses courses alimentaires à la voix s’appuie sur **l’Assistant Google**, disponible sur les smartphones ainsi que sur les enceintes vocales et écrans connectés compatibles.

Carrefour est le premier distributeur au monde à s’intégrer au sein de la nouvelle expérience de courses à la voix sur l’Assistant Google, mise au point par les deux partenaires. Cette intégration permet une triple innovation :

- l’Assistant, auquel l’utilisateur peut dicter sa liste de courses en utilisant des **mots courants** (ex : beurre, lait, fromage), est connecté à l’inventaire e-commerce de Carrefour et peut ainsi traduire cette liste en un panier **de produits disponibles à la vente sur carrefour.fr** ;
- cette traduction se fait de façon **personnalisée** : les références précises proposées par l’Assistant dans le panier reflètent la **meilleure compréhension qu’il a des préférences produits de l’utilisateur**, tout en laissant à celui-ci la possibilité de supprimer, modifier ou compléter ces produits à sa guise ;
- une fois qu’il a validé son panier dans l’Assistant, le client bascule **de façon fluide** dans l’univers e-commerce de Carrefour pour finaliser sa commande, confirmer son créneau et son mode de livraison (drive, drive piéton ou livraison à domicile), effectuer son paiement et faire jouer ses avantages Fidélité.

En s’appuyant sur l’intégration technologique entre les deux partenaires Google et Carrefour et sur les avancées de la reconnaissance vocale et de l’intelligence artificielle, ce nouveau service, qui continuera d’évoluer, **simplifie et personnalise l’expérience d’achat pour l’e-commerce alimentaire**.

Trois fonctionnalités clés pour l’utilisateur

La commande vocale : il suffit de dire “Ok Google, je veux faire mes courses” pour démarrer l’expérience sur l’Assistant Google et lui dicter sa liste de courses en langage naturel. Grâce à sa technologie avancée de reconnaissance vocale, l’Assistant assimile aussi bien les mots génériques (ex : fromage) que les noms de produits (ex : comté 18 mois) ou de marques (ex : comté Carrefour bio).

La liste de courses partagée : la liste peut être partagée à tout moment par le client et les personnes de son choix, comme les membres de sa famille par exemple, peuvent ainsi y ajouter leurs souhaits. Pour ceux qui préfèrent demeurer le seul utilisateur de leur liste, la fonctionnalité optionnelle “Voice Match” de l’Assistant Google leur permet d’indiquer à l’Assistant de ne se fier qu’à leur propre voix.

La reconnaissance des produits préférés : l’Assistant Google convertit la liste de courses en une proposition de panier de références précises et personnalisées reflétant au mieux les préférences du client, que celles-ci soient connues (si le client a déjà acheté le produit chez Carrefour) ou déduites par l’Assistant (à partir des habitudes

générales d'achat de ce client chez Carrefour s'il est client de l'enseigne - ex: préférence pour le bio, la marque propre, etc. - des meilleurs prix disponibles et des meilleures ventes parmi les 27 000 références disponibles sur Carrefour.fr). Si le client n'a jamais acheté chez Carrefour, l'Assistant tiendra compte dans un premier temps de ces deux derniers critères seulement pour formuler ses propositions. L'Assistant apprend avec l'usage et affinera ses recommandations pour un meilleur service, le client ayant toujours la faculté de s'en écarter en modifiant, supprimant ou complétant son panier.

Un cadre protecteur des données personnelles des utilisateurs

Pour que l'expérience fonctionne et permette à l'utilisateur de se voir proposer des produits pertinents, il doit associer son compte Google et son compte Carrefour. En même temps qu'il donne son accord à l'association, l'utilisateur autorise Carrefour France à partager l'historique de ses achats chez Carrefour avec Google.

Si le client avait déjà un historique d'achat chez Carrefour, Google s'en inspire dans sa recommandation produits. Dans le cas contraire, les recommandations de l'Assistant se basent dans un premier temps sur les meilleurs prix disponibles et les meilleures ventes sur carrefour.fr.

A tout moment, l'utilisateur peut retirer son consentement et dissocier ses comptes. Le partage de l'historique d'achats avec Google est alors interrompu et Google supprime les données transmises. Il en va de même automatiquement **si l'expérience n'est pas utilisée pendant une période de 30 jours.**

Enfin, Carrefour, conformément au Règlement Général sur la Protection des Données personnelles, met à disposition des utilisateurs un espace dédié pour l'exercice de leurs droits (ex : droit d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, etc.).

Une campagne digitale pour accompagner le lancement

Dès le 16 juin, une campagne de publicité réalisée par l'agence Marcel sera déployée sur YouTube, en display et sur les réseaux sociaux. Elle sera également relayée sur tous les canaux Carrefour (carrefour.fr, CRM, catalogues, magasins).

"Le partenariat construit avec Google procure à Carrefour un temps d'avance sur le plan technologique et de l'expérience client. Carrefour est le premier distributeur au monde à s'intégrer dans la nouvelle expérience d'achat "Courses à la voix" sur l'Assistant Google. Cette innovation, mise au point avec Google, est une nouvelle étape dans l'accélération de la trajectoire e-commerce de Carrefour", explique **Amélie Oudéa-Castéra, Directrice Exécutive E-commerce, Data et Transformation Digitale Groupe Carrefour**.

"Le cœur de Google est d'apporter des informations et de proposer des technologies utiles au quotidien, et nous sommes fiers d'avoir pu mettre à disposition d'un distributeur iconique comme Carrefour le meilleur de nos technologies et de notre expertise afin de repenser et simplifier l'expérience de courses alimentaires", souligne **François Loviton, Directeur Marques & Commerce Google France**.

Service de presse Carrefour

Tél. : 01 58 47 88 80 / Email : presse_groupe@carrefour.com

A propos du Groupe Carrefour

Fort d'un réseau multi-formats de 12 300 magasins dans plus de 30 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour accueille 105 millions de clients à travers le monde et a réalisé un chiffre d'affaires de 80,7 milliards d'euros en 2019. Il compte plus de 320 000 collaborateurs qui contribuent à faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.carrefour.com, sur Twitter (@GroupeCarrefour) et sur LinkedIn (Carrefour).