

Mappy lance la nouvelle version de ses services avec une dimension Web-to-Store enrichie

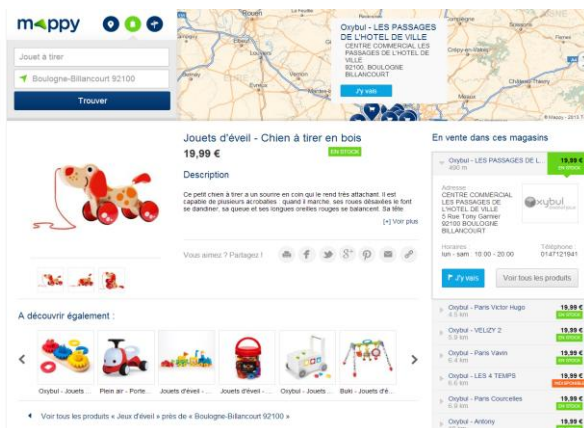
Mappy, leader de la recherche locale par la carte, présente la nouvelle version de ses [services web](#), [web mobile](#) et [application iPhone](#). Repensé pour répondre aux nouveaux comportements multicanaux des consommateurs, Mappy s'organise désormais autour de trois services majeurs : la recherche de lieux, de produits et d'itinéraires. La grande nouveauté de ce lancement : MappyShopping, une nouvelle expérience shopping proposée aux utilisateurs grâce à un service complet de recherche de produits. Les options de recherche de boutiques ou d'enseignes ont également été développées pour offrir à l'utilisateur une expérience digitale complète avant de se rendre en magasin. Le design et l'ergonomie du site ont été repensés, et les services en matière de localisation de lieux et d'itinéraires enrichis avec de nouvelles options pratiques. Mappy ancre un peu plus sa stratégie dans l'urbain et l'hyperlocal, avec pour objectif de générer plus de trafic vers les commerces de proximité et les réseaux d'enseignes.



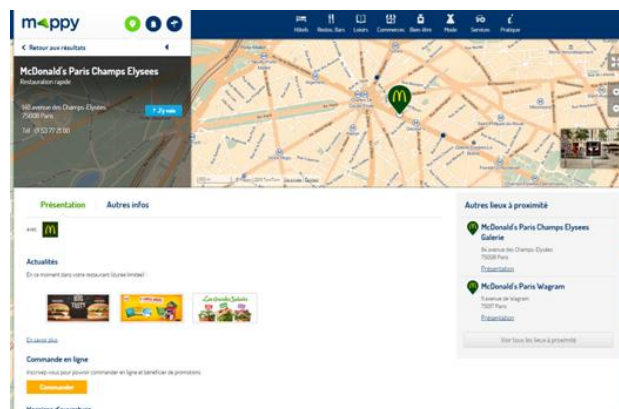
Une nouvelle expérience Mappy proposée aux utilisateurs

Mappy propose une nouvelle expérience aux internautes et mobinautes, basée sur la mutualisation des services de shopping, de recherche de lieux et d'itinéraires.

Nouveauté phare de ce Mappy, un nouveau service Web-to-Store qui marque un tournant dans la stratégie de l'entreprise : MappyShopping. Véritable moteur de recherche de produits géolocalisés, alimenté grâce à un partenariat avec SoCloz, il permet de vérifier la disponibilité d'un produit, son prix, sa taille, sa couleur, ... et d'afficher les promotions en cours dans les magasins alentours, que l'on soit sur Internet fixe ou en situation de mobilité. Ce sont près de **3 millions de professionnels** qui sont à portée de clic à travers toute la France avec une expérience shopping complète pour plus de **60 enseignes**, **10 000 commerces** (dont Bérénice, Etam, Toys'R'us, Cultura, King Jouet, Orchestra, Bonobo, Galeries Lafayette, Oxybul, Le Bonhomme des Bois ou encore Agatha) et **1.5 million de produits référencés**.



Pour compléter l'expérience, les fonctionnalités de localisation de lieux et commerces ont été optimisées, et les informations sur leurs fiches enrichies. La recherche est aujourd'hui simplifiée. Quant à l'affichage des informations de chaque établissement, il a été revu pour toujours laisser une visibilité à la carte et pouvoir ainsi interagir avec en gardant les informations pratiques à l'écran. Ces fiches dédiées aux lieux et commerces s'étoffent de plus en plus d'informations et de fonctionnalités depuis que Mappy aide les professionnels à se digitaliser. Côté hôtellerie et restauration par exemple, il est possible de réserver/commander directement depuis la fiche de l'établissement, en plus de la consultation des informations pratiques et des visites virtuelles réalisées par Mappy depuis plusieurs mois.



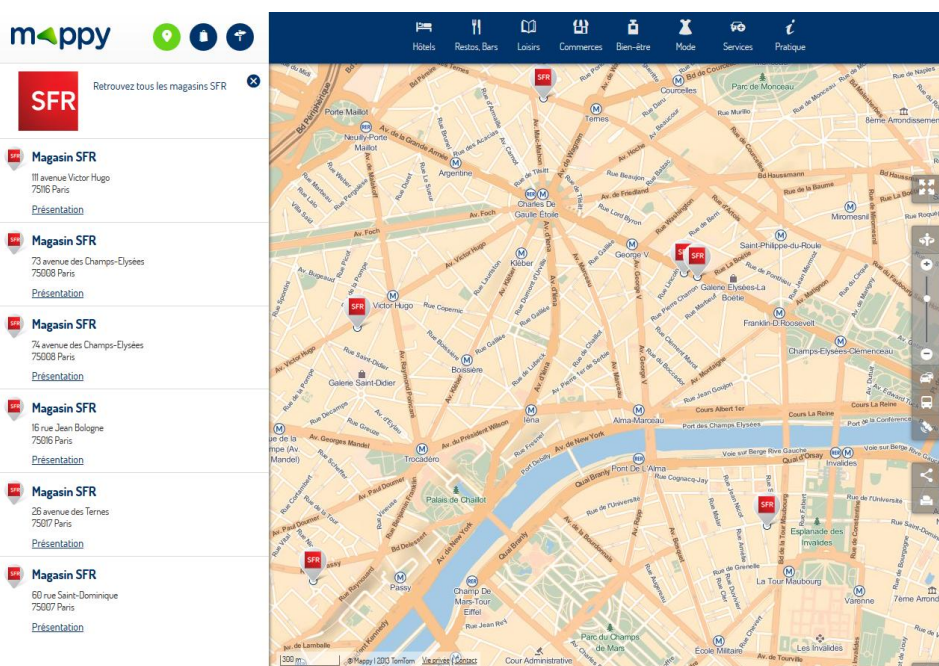
Afin de faciliter le déplacement de ses utilisateurs jusque dans les magasins et concrétiser sa promesse Web-to-Store, Mappy a également amélioré son offre historique sur l'itinéraire. Mappy intègre dorénavant tous les modes de transport et proposera plusieurs alternatives en fonction du trajet : un itinéraire en voiture (en prenant en compte l'état du trafic en temps réel), en transport en commun (disponible dans 3 800 villes), en vélo libre-service (disponible dans 50 villes) ou personnel, ou en mode piéton.

Avec cette expérience complète, Mappy répond ainsi aux nouveaux comportements multicanaux des consommateurs : 78% des consommateurs déclarent en effet consulter Internet pour se renseigner sur un produit avant de se rendre en magasin d'après [l'étude BVA/Mappy « Web-to-Store » menée en septembre 2013](#).

« Nous avons développé la nouvelle version de Mappy en suivant deux objectifs : offrir à l'internaute une expérience shopping complète et franchir un pas de plus dans le Web-to-Store en positionnant produits et enseignes sur le parcours digital des consommateurs. Avec ce nouveau Mappy, nous souhaitons réconcilier le web et le commerce physique en proposant un service optimisé répondant aux attentes des utilisateurs et permettant de générer du trafic en magasin » conclut Pascal Thomas, PDG de Mappy.

Mappy & le Web-to-Store

Depuis 2 ans, Mappy multiplie les initiatives pour accompagner la digitalisation des commerces dans le cadre de sa stratégie Web-to-Store. A travers cette démarche et ses différentes offres, Mappy est devenu un partenaire incontournable pour les commerces de proximité et les réseaux d'enseignes. Mappy positionne les points de vente sur le parcours digital des consommateurs dans l'optique de générer du trafic en magasin. Aujourd'hui, Mappy a visité et renseigné plus de 60 000 commerces dans toute la France en intégrant toutes les informations pratiques de leur magasin - adresse, horaires, photos - et 31 000 d'entre eux disposent d'une photographie à 360° de l'intérieur de leur point de vente.



Retrouver la nouvelle version de Mappy [sur web](#), [web mobile](#) et [application iPhone](#)

Mappy illustré [en vidéo](#) ! Les services web de Mappy à destination des commerçants illustrés [en vidéo](#) !

A propos de Mappy

Spécialiste du calcul d'itinéraire et des services de cartographie, Mappy est reconnu comme le leader français de la recherche locale par la carte, sur Internet, tablettes, mobiles et GPS. Mappy propose à ses utilisateurs trois types de recherche : la recherche par le plan, qui permet de visualiser un quartier, de s'immerger dans la ville grâce aux vues 360° dans 320 villes françaises, mais également de pousser la porte de plusieurs milliers de commerces ; la recherche d'itinéraires disponible pour les déplacements en voiture, en transports en commun, en vélo et en mode piéton ; enfin la recherche de produits, permettant de localiser un produit précis, dans une zone géographique donnée, de connaître son prix et sa disponibilité. Acteur majeur du déplacement urbain, Mappy propose aux annonceurs une solution géolocalisée sur l'ensemble du territoire, facilitant les dispositifs Web-to-Store et la génération de trafic vers leurs points de vente.

Mappy compte aujourd'hui plus de 10 millions d'utilisateurs mensuels sur Internet, tablettes et mobiles (Mappy et MappyGPS Free).

Mappy est une filiale à 100% de Solocal Group. www.mappy.com

Contacts presse Mappy & Solocal Group

Jérôme Poirié – Agence Hopscotch : 01 58 65 00 43 / mappy@hopscotch.fr

Sébastien Meunier – Agence Hopscotch : 01 58 65 01 08 / mappy@hopscotch.fr

Alexandra Kunysz, Responsable Presse Solocal Group : 01 46 23 47 45 / akunysz@solocal.com