



## OTOP RÉCOMPENSÉ PAR UN TROPHÉE LSA DU CROSS-CANAL

**OTOP** a décroché jeudi 31 mai 2018, le Trophée LSA du Cross-Canal dans la catégorie «Stratégie Omnicanal», qui récompense les meilleures démarches et dispositifs pour faciliter le parcours d'achat en mobilisant l'ensemble des canaux de contact et de vente.

LSA, le media de référence du marché de la grande consommation, a remis à Paris le 31 mai 2018 ses 4<sup>èmes</sup> trophées du Cross-Canal. L'enseigne **OTOP** a été distinguée dans la catégorie «Stratégie Omnicanal» par un jury d'exception, composé de Christophe Blomme (AUCHAN DRIVE), Chantal Guilman (MR BRICOLAGE), Yannick Leouffre (GO SPORT), Julien Nicolas (OUI.SNCF) et Stéphane Vandeveldel (CELIO).

Le Cross-Canal consiste à coordonner, plutôt que de mettre en concurrence, les canaux de distribution physiques ou digitaux d'une même société. Ainsi ces trophées récompensent, dans 7 catégories différentes, les meilleures démarches et dispositifs pour faciliter le parcours d'achat en mobilisant l'ensemble des canaux de contact et de vente.

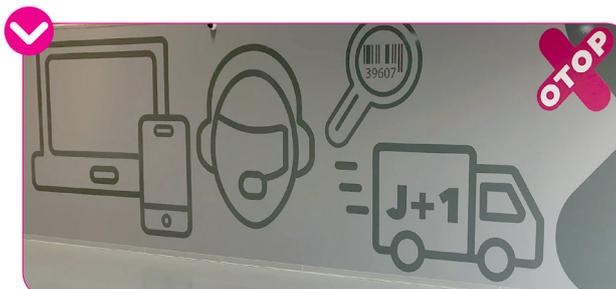


Michel Delville,  
Directeur Général de Newdis France

Avec **OTOP**, le jury a souhaité mettre en lumière «un OVNI découvert avec plaisir».

L'occasion pour Michel Delville, Directeur Général de Newdis France – la société qui déploie le concept **OTOP** – de rappeler les fondamentaux de l'enseigne. «**OTOP** allie les avantages du web et le service de proximité à destination des professionnels de la réparation automobile».

Avant d'ajouter : «C'est une grande fierté pour notre enseigne naissante, lancée il y a seulement 3 mois, d'être déjà reconnue et récompensée par les professionnels de la distribution».



### A propos d'**OTOP**

Déployé par la société Newdis France, **OTOP** est un modèle innovant de distribution de pièces automobiles sur le marché B2B. Présenté en février 2018, **OTOP** tire son originalité et sa force de la combinaison d'une plateforme web [www.otop.pro](http://www.otop.pro) et d'un réseau de centres de services locaux, soit le meilleur de la distribution physique et du digital.

A la clé : des économies substantielles pour le réparateur qui va acheter ses pièces en moyenne 30% moins cher que dans la distribution traditionnelle, tout en bénéficiant de services de proximité (livraison, gestion des retours et des garanties) assurés par le centre de services.

Au total, 181 centres de services vont voir le jour d'ici 2020 : 31 intégrés et 150 franchisés.