



Warszawa, 23 marca 2017 r.

Podsumowanie 2016 roku i priorytety Carrefour na 2017 rok

W ostatnim roku Carrefour kontynuował dynamikę wzrostu i zmian, wzmacniając swoją pozycję sieci multiformatowej i multikanałowej w Polsce. W 2017 roku strategicznym celem rozwoju firmy jest omnikanałowość. Najważniejsze projekty w bieżącym roku to: projekt marketplace, usługi collaborative economy, udostępnienia klientom płatności mobilnych oraz uruchomienie inkubatora dla start-upów.

Podsumowanie 2016 roku

EKSPANSJA MULTIFORMATOWA I MULTIKANAŁOWA

- Carrefour Polska w minionym roku otworzył **2 nowe hipermarkety, 12 supermarketów** oraz **ponad 100 sklepów osiedlowych**.
- W ubiegłym roku swoją działalność rozwinął sklep **eCarrefour.pl** poprzez **rozszerzenie liczby produktów** w ofercie pozaspożywczej oraz udostępnienie usługi **click & collect we wszystkich hipermarketach** sieci w Polsce.
- Ponadto, jesienią 2016 roku, **eCarrefour.pl zaoferował swoim klientom** w Warszawie i w wybranych podwarszawskich miejscowościach, możliwość zamawiania **suchych produktów spożywczych**.
- Carrefour rozwinął także **aplikację Mój Carrefour**, której jedną z podstawowych funkcji jest **program lojalnościowy**. Użytkownicy mogą korzystać z **kuponów zniżkowych** na zakupy w hipermarketach i supermarketach Carrefour. Do aplikacji można również przenieść posiadaną plastikową kartę lojalnościową.

INWESTYCJE W STRUKTURĘ

- W 2016 roku **zmodernizowano 18 hipermarketów** oraz **15 supermarketów**.
- Carrefour poddał również renowacji łącznie **7 centrów handlowych**. Zyskały one nowy wizerunek, ich wnętrza zostały kompleksowo odnowione, a oferta handlowo-rozrywkowa wzbogacona.
- Najważniejszą inwestycją roku była rozbudowa gdańskiej **Galerii Morena**.

NOWE KONCEPTY

- Firma wprowadziła też **nowe koncepty handlowe supermarketów w formacie premium oraz urban**.
- Punkty Market Urban otwierane są w dużych miastach, przy ruchliwych ulicach. Ich oferta jest dostosowana do potrzeb wszystkich, którzy chcą zrobić szybkie zakupy.
- Supermarkety Premium zlokalizowane są przede wszystkim w galeriach handlowych lub w miejscowościach i dzielnicach, w których klienci poszukują artykułów najwyższej jakości.
- Przykładem **nowego konceptu hipermarketu** jest również sklep w **Posnaniu**, który charakteryzuje się nowoczesnymi rozwiązaniami i kompleksową ofertą, zarówno produktów świeżych, jak i lokalnych. **Butikowy układ** sklepu, innowacyjne **minikoncepty** oraz **digitalizacja** wpływają na komfort i przyjemność zakupów, a różnorodne i precyzyjnie wyselekcjonowane produkty,

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuoprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuoprasowe@carrefour.com

CARREFOUR POLSKA

w tym bogata oferta lokalnych produktów świeżych, są dopasowane do potrzeb współczesnego konsumenta.

- Carrefour otworzył również **8 nowych punktów gastronomicznych „Smacznie”**, zlokalizowanych przy wejściach do sklepów.

PRODUKTY I USŁUGI

- W minionym roku Carrefour kontynuował swoją strategię handlową, opartą na **szerokiej i urozmaiconej gamie produktów**.
- **Rozbudowaniu uległa oferta produktów zdrowych**, w tym: ekologicznych, dla diabetyków, bezglutenowych, bez laktozy i wegetariańskich. Carrefour powiększył również gamę „Jakość z Natury”.
- Firma rozszerzyła także swoją ofertę produktów **marki własnej premium**: Reflets de France, Terra d'Italia oraz De Nuestra Tierra.
- Carrefour jako pierwsza sieć handlowa w Polsce wprowadził usługę umożliwiającą klientom **zakup zakładów Lotto bezpośrednio w kasach**.

KAMPANIA MARKETINGOWA

- W 2016 roku Carrefour rozpoczął swoją **największą kampanię marketingową** w Polsce, której celem jest przedstawienie pozytywnych zmian wprowadzonych w firmie.
- Reklamy z Napoleonem zostały pozytywnie przyjęte przez **92% klientów oraz profesjonalistów z branży**, czego dowodem są **dwie brązowe statuetki** w konkursie agencji reklamowych i domów mediowych **MIXX Awards 2016**. Kategorie, w których tryumfowała kampania, to Brand Awareness and Positioning oraz Cross-Media Integration.

PRACOWNICY

- Carrefour Polska otrzymał certyfikat **Top Employer**, który potwierdza przynależność firmy do grona najlepszych pracodawców. **Carrefour konsekwentnie wciela w życie dobre praktyki z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi**.
- Centrum konferencyjno-szkoleniowe „Smak Kariery”, które działa już od ponad roku, **przeszkoliło ponad 1300 pracowników i ponad 200 menadżerów** działu produktów świeżych. Tylko w ramach programu „Apetyt na handel”, adresowanego do menadżerów i dyrektorów firmy, zostało przeszkolonych **60 osób**. Drugi ważny program, zatytułowany „Przepis na Mistrza” pozwolił w 2016 roku uzyskać **certyfikaty czeladnicze kolejnym 29 pracownikom**.

CSR

- W ramach współpracy firmy z Bankami Żywności w 2016 roku przekazano **66 ton produktów spożywczych**, zebranych w ramach **3 krajowych zbiórek** zorganizowanych w sklepach Carrefour. Fundacja Carrefour sfinansowała również zakup **7 samochodów chłodniczych** dla Banków Żywności, przekazując na ten cel **grant w wysokości 125 000 euro**.
- **Druga edycja programu „ABC Zdrowego Żywienia”**, która odbyła się w ubiegłym roku, została zorganizowana we współpracy z **8 szkołami wyższymi**. W **177 szkoleniach wzięło udział 1063 uczestników**, w tym 440 osób ze środowisk o trudnej sytuacji materialnej. Ponad **2 500 osób** wzięło udział w zorganizowanych w sklepach spotkaniach z dietetykami, zajęciach i animacjach.
- Carrefour zainstalował również **20 uli na dachach sklepów w Warszawie i w Poznaniu**. Są one schronieniem dla pszczoł żyjących w środowisku miejskim. Inicjatywa została zrealizowana we współpracy z Programem Narodów Zjednoczonych ds. Środowiska UNEP i siecią GRID w Warszawie, w ramach polityki Bioróżnorodności prowadzonej przez firmę.
- W ramach współpracy z dostawcami Carrefour zorganizował **6. edycję kampanii „Autodiagnostyk”**, pod nazwą **„Wyzwanie dla dostawców – STOP**

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

CARREFOUR POLSKA

Marnotrawstwu Żywności”. W programie wzięło udział **159 firm, czyli łącznie 72% dostawców marki własnej** Carrefour.

Jesteśmy bardzo zadowoleni z wyników osiągniętych w 2016 roku. Udało nam się zrealizować założenia strategiczne przedstawione w kampanii Napoleona w pięciu kluczowych obszarach: jakość, wybór, niskie ceny, zdrowie oraz bliskość – powiedział Guillaume de Colonges, Prezes i Dyrektor Generalny Carrefour Polska. – W 2017 roku, Carrefour będzie nadal promował kulturę opartą na innowacyjnym podejściu do handlu, zarówno w centrali jak i w sklepach sieci, poprzez nowatorskie koncepty, produkty, usługi i formaty handlowe. Naszym największym wyzwaniem będzie rozwój nowoczesnych usług, które są odpowiedzią na realne potrzeby współczesnego konsumenta, jego styl życia i oczekiwania. Dlatego właśnie Carrefour będzie dalej rozwijał działalność w ramach e-commerce, co pozwoli na dalszą dynamizację oferty sieci. Podejście omnikanałowe – a także, między innymi, uruchomienie czterech nowych projektów z zakresu innowacyjnych technologii – pozwoli nam zapewnić klientom jeszcze przyjemniejsze doświadczenia zakupowe, a co za tym idzie, zwiększyć sprzedaż.

Priorytety 2017

W 2017 roku Carrefour świętuje 20-lecie obecności na polskim rynku, kontynuując jednocześnie kierunek obrany w ubiegłym roku. Spółka wdroży cztery nowe projekty, które zmienią sposób myślenia o nowoczesnym handlu i podejściu do klienta. Wraz ze zmieniającą się technologią i potrzebami konsumentów firma, jako pierwsza na rynku, opracowała strategię odpowiadającą na te trendy. Dzięki zaplanowanym przedsięwzięciom Carrefour Polska rozwinie się z sieci multikanałowej w omnikanałową.

Inkubator start-upów - C4 Retail Lab

Pierwszą inwestycją w 2017 roku jest uruchomiony w marcu **inkubator dla start-upów C4 Retail Lab**. Innowacyjnym firmom zostanie udostępnione nowoczesne biuro, a także możliwość testowania nowych pomysłów w supermarkecie Carrefour. Firma dąży do wdrożenia **aplikacji i rozwiązań cyfrowych w zakresie optymalizacji procesów biznesowych i interakcji z klientami**. Więcej informacji na stronie akceleratora www.madiffpl.com.



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Inauguracja inkubatora C4 Retail Lab została objęta patronatem Jarosława Gowina, Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Marketplace

Carrefour Polska wdroży również koncept **Marketplace**, który jest **internetową platformą sprzedaży** łączącą sprzedawców z klientami, dzięki której nasi klienci zyskają **dostęp do jeszcze szerszej oferty różnorodnych produktów** wysokiej jakości oraz **godnych zaufania sprzedawców**, natomiast nasi partnerzy biznesowi skorzystają na **wspieraniu marketingowym** dużej sieci handlowej oraz **atrakcyjnych warunkach współpracy**.

Collaborative economy

Jednocześnie, doceniając aktywność współczesnych konsumentów i popularność usług z zakresu tzw. **ekonomii współpracy**, Carrefour zdecydował się na wdrożenie podobnego programu w swoich sklepach. Dzięki usłudze collaborative economy **klienci będą mogli np. zlecić zrobienie i dostarczenie zakupów** w sklepach Carrefour,

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

CARREFOUR POLSKA

dzieląc się listami produktów za pośrednictwem sklepu eCarrefour.pl oraz aplikacji mobilnej Mój Carrefour.

Skanuj i płać

Ostatnią z zapowiadanych nowości jest usługa **Skanuj i płać**, która umożliwi klientom natychmiastowe **skanowanie produktów za pomocą telefonu** i dokonanie **płatności mobilnej** za zakupy. Płatność będzie odbywać się za pomocą **portfela elektronicznego MasterPass**. Zapewni to szybkie, bezpieczne i intuicyjne zakupy dla wszystkich klientów i skróci czas oczekiwania przy kasie.

Ponadto sieć planuje w 2017 roku utrzymanie dotychczasowego tempa rozwoju poprzez **remodeling kilkunastu hipermarketów oraz otwarcie kolejnych 2 placówek** (w Piotrkowie Trybunalskim oraz Galerii Północnej w Warszawie), a także **otwarcie około 10 nowych supermarketów**, między innymi w galerii Wroclavia we Wrocławiu. Zapowiadanych jest również **ponad 20 modernizacji placówek w tym formacie**. Szybko rozrastająca się **sieć sklepów osiedlowych** również utrzyma dynamikę powiększając się **o około 100 nowych placówek**. Listę tegorocznych inwestycji uzupełni **remodeling centrów handlowych**, między innymi w Szczecinie, Białymstoku, Głogowie, Chorzowie czy Zgorzelcu.

Raport roczny

Raport roczny Carrefour 2016 dostępny jest na stronie internetowej: <http://carrefour.pl/raportroczny2016>. Zachęcamy również do pobrania aplikacji mobilnej, w której znajdują się dodatkowe materiały multimedialne:

- Telefony z systemem Android: <https://play.google.com/store/apps/details?id=pl.carrefour.Carrefour2016Raport&hl=pl>
- Telefony z systemem iOS: <https://itunes.apple.com/pl/app/carrefour-2016-raport-roczny/id1202155826?mt=8>

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 800 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230.000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour Polska jest częścią Grupy Carrefour, referencyjną siecią spożywczą, która posiada blisko 12 000 sklepów w ponad 30 krajach. Grupa Carrefour jest siecią multilokalną, multiformatową i multikanałową, obsługującą codziennie 13 milionów klientów na całym świecie.

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

CARREFOUR POLSKA