



Warszawa, 31 lipca 2017 r.

Carrefour testuje sklepy sezonowe w miejscowościach turystycznych

W związku z letnim napływem wczasowiczów do miejscowości turystycznych, firma Carrefour rozpoczęła testy franczyzowych placówek sezonowych.

Aktualnie Carrefour testuje 4 placówki sezonowe w formacie express convenience, o powierzchni od 24 do 100 mkw. Firma indywidualnie dostosowuje, we współpracy z franczyzobiorcą, ofertę sklepów do potrzeb klientów w danej lokalizacji i elastycznie wykorzystuje elementy z różnych konceptów handlowych. Tym, co łączy wszystkie testowane sklepy, oprócz szerokiego wyboru napojów, jest bogata sezonowa oferta niespożywcza, np. olejki do opalania, okulary przeciwsłoneczne, leżaki czy tekstylia – czyli artykuły, których mogą potrzebować zarówno mieszkańcy, jak i wczasowicze.

- *Zgodnie z naszą strategią, rozwijamy sieć franczyzową i poszerzamy ją o nowe rozwiązania i koncepty tak, by odpowiadały na zmieniające się potrzeby klientów, również te sezonowe* - **powiedział Marek Lipka, dyrektor ds. sklepów convenience w Carrefour Polska.**

Sklepy sezonowe w nadmorskich miejscowościach turystycznych cieszą się dużą popularnością wśród klientów, ponieważ dopełniają ofertę lokalnych sklepów całorocznych. Testowane przez Carrefour placówki mają docelowo łączyć potrzeby turystów, którzy w miejscu wypoczynku poszukują oferty spożywczej podobnej do tej, jaką mają w miejscu swojego zamieszkania oraz potrzeby franczyzobiorców.

Prowadzenie placówki sezonowej wiąże się ze specyficznymi wyzwaniem. Po zakończeniu sezonu, z nadmorskich miejscowości turystycznych wyjeżdżają nie tylko turyści, ale również usługodawcy, np. prowadzący punkty gastronomiczne, co przekłada się na rentowność biznesu. Carrefour pomaga swoim partnerom w prowadzeniu różnych konceptów handlowych, na każdym etapie współpracy.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 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, światowy lider i referencyjna sieć branży detalicznej, posiada ponad 12 000 sklepów i e-sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour jest multilokalną, multiformatową i omnikanałową grupą handlową, zatrudniającą ponad 384 000 osób na całym świecie i generującą sprzedaż w wysokości 103,7 miliarda euro w 2016 roku. Każdego dnia 13 milionów klientów na całym świecie odwiedza sklepy Carrefour, których wyróżnikiem jest jakość i zaangażowanie w zrównoważony handel.

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 od kilku lat angażuje się w wiele inicjatyw sportowych. W tym roku po raz pierwszy został Sponsorem Głównym 74. Tour de Pologne. Grupa Carrefour wspiera na świecie najważniejsze wyścigi kolarskie m.in. Tour de France.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

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

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