



Warszawa, 31 października 2017 r.

Kampania Carrefour z Napoleonem nagrodzona!

Kampania marketingowa Carrefour Polska, której głównym bohaterem jest Napoleon, została wyróżniona prestiżową nagrodą Złota Effie 2017.

W 2016 roku Carrefour Polska rozpoczęła swoją największą kampanię marketingową w historii – „Bonjour w Carrefour”. W postać Napoleona, Strażnika Jakości Carrefour, wcielił się Jacek Braciak, a jego zadaniem stało się komunikowanie zmian zachodzących w sklepach sieci. Francuski cesarz wyjaśnia i przybliża klientom 5 strategicznych dla Carrefour obszarów, jakimi są: jakość, wybór, niskie ceny, zdrowie oraz bliskość.

Jury Effie Awards doceniło „Bonjour w Carrefour” za znakomicie zrealizowaną i angażującą internautów kampanię teaserową „Co zamierza Napoleon?”. W jej trakcie w Internecie i mediach społecznościowych pojawiały się kolejne spekulacje na temat tego, która firma za nią odpowiada. Jury zwróciło również uwagę na wytworzone w ten sposób zainteresowanie, które wpłynęło na zwiększenie średniej wartości koszyka zakupowego w sklepach Carrefour oraz poprawę wizerunku sklepów sieci. Co szczególnie istotne – kampania z Napoleonem ma przełożenie na wszystkie formaty sprzedaży Carrefour: zarówno sklepy wielkopowierzchniowe, supermarkety jak i placówki franczyzowe.

Organizatorzy Effie podkreślili fakt, że oprócz sporych inwestycji niezbędnych dziś w konkurencyjnym środowisku retailu, trzeba dodać wyróżnialność i siłę przebicia, w tym przekonanie klientów do pożądanых zachowań. Do tego potrzebne jest nieszablonowe myślenie i konsekwencja w działaniu, godne genialnego stratega. W tym kontekście wybór historycznej postaci, budzącej pozytywne skojarzenia, świetnie wpisał się w obraną strategię i kampanię, zrealizowaną z rozmachem i odwagą.

Kampanię „Bonjour w Carrefour” przygotowują agencje Saatchi & Saatchi IS, Arena (Havas Media Group), oraz K2 Media. Effie to prestiżowy konkurs marketingowy, w którym nagradzane są najskuteczniejsze kampanie reklamowe. Do tegorocznej edycji konkursu Effie Awards zgłoszono 219 kampanii w 24 kategoriach, a prace oceniało 104-osobowe jury.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnianałowa 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 omnianałową 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

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

pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

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