



Warszawa, 24 stycznia 2019 r.

Carrefour podsumował 2018 rok we franczyzie: 100 nowych sklepów, nowe modele współpracy i innowacje technologiczne

Carrefour Polska w 2018 r. otworzył ponad 100 nowych sklepów franczyzowych. Na utrzymanie wysokiego tempa rozwoju ostatnich lat wpłynęły m.in. dynamiczna ekspansja, dywersyfikacja modeli franczyzowych, a także wdrożenie innowacyjnej oferty oraz usług okołozakupowych.

Carrefour od 2007 roku dynamicznie inwestuje w rozwój swojej oferty franczyzowej w Polsce. Na koniec ubiegłego roku, w ramach 3 oferowanych przez Carrefour konceptów sklepów osiedlowych: Carrefour Express Convenience, Carrefour Express Minimarket oraz Globi, działało ok. 600 placówek handlowych, prowadzonych przez niezależnych polskich przedsiębiorców, którzy są franczyzobiorcami sieci. W 2018 roku Carrefour utrzymał wysokie tempo rozwoju franczyzy, otwierając łącznie 101 nowych sklepów w tym formacie.

*- 2018 rok był dla Carrefour rokiem intensywnych działań i wielu pozytywnych zmian w formacie convenience. Wprowadziliśmy do naszej oferty nowe modele współpracy, rozwinęliśmy ofertę i usługi, a także zoptymalizowaliśmy logistykę dostaw. Wprowadziliśmy też liczne innowacje technologiczne. Wszystkie te działania przełożyły się na skokowy wzrost zainteresowania franczyzą Carrefour i otwarcie ponad 100 nowych sklepów w świetnych lokalizacjach – powiedział **Michał Florkiewicz, dyrektor sklepów convenience w Carrefour Polska.***

Dywersyfikując i dopasowując swoje modele franczyzowe, Carrefour zaproponował w 2018 roku nowe formy współpracy: sklep franczyzowy Carrefour Express Convenience dla właścicieli stacji paliw (obecnie już ponad 30 nowych sklepów otwartych we współpracy z 3 operatorami stacji paliw) oraz nową formę agencji (łącznie 32 sklepy, w tym 19 otwartych w nowym koncepcie w 2018 r.). Pozwoliło to dotrzeć z ofertą marki do wielu nowych, atrakcyjnych lokalizacji oraz pozyskać wielu zaangażowanych franczyzobiorców.

Sieć postawiła także na rozwój oferty i usług w sklepach franczyzowych, m.in. nawiązując ogólnopolską współpracę z siecią kawiarni Costa Coffee, która dostarcza do sklepów profesjonalne kawomaty oraz, jako pierwsza sieć convenience w Polsce, wprowadzając do najmniejszych sklepów kasy samoobsługowe zwiększające tempo obsługi klientów, przydatne szczególnie w godzinach dużego natężenia ruchu. Carrefour planuje dalsze wprowadzanie kas samoobsługowych do sklepów w 2019 r.

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

Kolejnym udogodnieniem wprowadzonym przez Carrefour w ubiegłym roku był rozwój dostaw bezpośrednich. Na koniec 2018 roku, 14 dostawców sieci, dostarczało bezpośrednio do sklepów convenience kluczowy asortyment świeży, w tym m.in. warzywa i owoce, pieczywo, mięso i wędliny oraz dania gotowe. Dzięki skróceniu łańcucha dostaw, produkty te trafiają do sklepów jeszcze szybciej i są jeszcze lepszej jakości.

Od listopada 2018 roku, w wybranych sklepach osiedlowych, testowana jest także usługa Click & Collect, która daje klientom sieci możliwość odbierania produktów niespożywczych zamówionych na platformie Carrefour.pl, w swoim sklepie blisko domu.

W 2019 Carrefour planuje dalsze inwestycje w rozwój swojej oferty franczyzowej oraz sieci sklepów w całej Polsce:

*– W 2019 r. będziemy kontynuować zapoczątkowane wcześniej kierunki rozwoju. Są nimi stała poprawa efektywności biznesu, innowacje technologiczne, wprowadzanie nowych produktów i usług, zgodnych z trendami konsumenckimi, a także konkretnych działań w ramach strategii transformacji żywieniowej. Zamierzamy także dalej dynamicznie inwestować w otwarcia nowych i remodeling istniejących już sklepów we wszystkich formatach oraz kontynuować budowanie wygodnego, omnikanałowego doświadczenia zakupowego dla klientów naszych sklepów osiedlowych – zapewnił **Michał Florkiewicz**.*

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, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com, oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

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