



Warszawa, 6 lutego 2019 r.

## Carrefour Polska rozwija format supermarketów franczyzowych

**W 2018 roku Carrefour Polska poszerzył portfolio supermarketów franczyzowych o 8 sklepów. Taka forma współpracy to nowy kierunek rozwoju dla sieci, a także odpowiedź na potrzeby przedsiębiorców, którzy są zainteresowani prowadzeniem w modelu franczyzowym sklepów większych niż format convenience.**

Polscy przedsiębiorcy są coraz częściej zainteresowani prowadzeniem działalności pod szyldem znanej marki, co potwierdza rosnąca z roku na rok liczba placówek franczyzowych. Dlatego Carrefour Polska oferuje nową formę współpracy dla przedsiębiorców zainteresowanych prowadzeniem większych niż sklepy osiedlowe placówek – supermarketów franczyzowych. W 2018 roku pod szyldem Carrefour Market swoją działalność rozpoczęło 8 tego typu sklepów.

*- Obecnie portfolio supermarketów franczyzowych tworzy 11 sklepów, z czego 8 powstało w minionym roku. Można powiedzieć, że ten format sklepów to stosunkowo nowy kierunek rozwoju dla sieci, która posiada ponad 20-letnie doświadczenie w handlu oraz w zarządzaniu sklepami w różnych formatach – mówi Marek Lipka, dyrektor ds. supermarketów w Carrefour Polska.*

Do współpracy przy tworzeniu sieci supermarketów franczyzowych Carrefour Polska zaprasza zarówno przedsiębiorców dysponujących lokalem o wielkości minimum 500 mkw. Mogą oni wybierać spośród sprawdzonych konceptów: *classic*, który sprawdza się w dzielnicach dużych miast, w mniejszych miejscowościach oraz na terenach wiejskich, *urban*, który dedykowany jest lokalizacjom o dużym natężeniu ruchu, a także *premium*, który charakteryzuje delikatesowy wystrój oraz rozbudowana oferta produktów luksusowych. Swoim partnerom biznesowym Carrefour Polska pomaga dopasować odpowiedni koncept sklepu do posiadanego lokalu, konkretnej lokalizacji czy wymagań okolicznych konsumentów. Sieć oferuje także swoje wieloletnie doświadczenie i wiedzę handlową, która pomoże w budowie właściwego zatowarowania sklepu.

Możliwość prowadzenia supermarketu Carrefour mają jednak nie tylko przedsiębiorcy posiadający własny lokal.

*- Zdajemy sobie sprawę, że nie każdy przedsiębiorca zainteresowany prowadzeniem sklepu pod szyldem Carrefour Market dysponuje odpowiednim lokalem i warunkami do*

### **Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

*otwarcia nowej lokalizacji. Dlatego oferujemy również taką formę współpracy, w której przekazujemy naszym partnerom biznesowym supermarkety już funkcjonujące na rynku. Dzięki temu umożliwiamy rozwój własnego biznesu wszystkim zainteresowanym – dodaje Marek Lipka.*

Takie rozwiązanie jest korzystne przede wszystkim dla franczyzobiorców, ponieważ przekazywane sklepy mają już ugruntowaną pozycję na rynku, w związku z czym rozpoczęcie działalności nie wiąże się z intensywnymi działaniami promocyjnymi. Franczyzobiorca może również rozwinąć ofertę handlową o nowe produkty i marki regionalne, dzięki czemu zyskują również dotychczasowi klienci supermarketu.

Supermarkety franczyzowe Carrefour działają już między innymi w Bolesławcu, Tuchowie, Warszawie czy Katowicach. Oferta każdego ze sklepów dopasowana jest do potrzeb lokalnej społeczności. Klienci znajdą w nich szeroki wybór produktów świeżych – warzyw, owoców, nabiału oraz wędlin – a także świeże zioła oraz bakalie na wagę. W asortymencie supermarketów nie brakuje również produktów z najpopularniejszych konceptów handlowych sieci, m. in Zdrowej Półki, którą tworzą produkty dedykowane osobom dbającym o zdrowie, Kuchni Świata z bogatym wyborem produktów z krajów takich, jak Francja, Włochy czy Meksyk, a także Półki Regionalnej, oferującej przysmaki z różnych regionów Polski. Atrakcyjność rynkową supermarketów sieci zwiększa również oferta produktów przemysłowych oraz artykułów sezonowych.

*- Rok 2018 był w rozwoju sieci supermarketów franczyzowych Carrefour niezwykle owocny, a wszystkie zrealizowane w tym czasie działania, przynoszą pozytywne rezultaty zarówno nam, jak i przedsiębiorcom. Dlatego w nadchodzącym czasie planujemy dalszy, intensywny rozwój sklepów w tym formacie – zdradza Marek Lipka.*

## **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 12 000 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 produkty spożywcze wysokiej jakości, dostępne wszędzie i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na [www.carrefour.com](http://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.

### **Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)