



Informacja prasowa
Warszawa, 12 lutego 2013 r.

Sieć franczyzowa Carrefour rośnie w siłę. Otwarto pierwsze sklepy Carrefour Express w Poznaniu

2013 rok dla Carrefour Express zaczął się bardzo dobrze. Tylko w styczniu sieć franczyzowa powiększyła się o 10 nowych sklepów, m.in. w Warszawie, Krakowie, Podkowie Leśnej i Czyżowicach. Otwarto także dwa pierwsze sklepy Carrefour Express w Poznaniu, który jest ważnym rynkiem dla całej branży handlowej.

Koncept, który proponuje Carrefour dostosowany jest nie tylko do wymagań klientów, ale też partnerów biznesowych. – *Franczyza z Carrefour opiera się na czterech filarach, którymi są: silna i rozpoznawalna marka, właściwie dobrany dla klienta asortyment produktów, sprawna logistyka oraz dzielenie się wiedzą i doświadczeniem z franczyzobiorcą, czyli udostępnianie partnerowi narzędzi do bieżącej analizy wyników sprzedaży, pomoc doświadczonych specjalistów, którzy służą radą na każdym etapie rozwoju biznesu* – mówi Francois Vincent, dyrektor ds. franczyzy i członek Zarządu Carrefour Polska.

Carrefour od ponad 30 lat skutecznie rozwija swój koncept franczyzowy na świecie i jest ekspertem w tego rodzaju działalności biznesowej. Obecnie w Polsce działa już 300 sklepów franczyzowych z logo Carrefour Express, a każdego miesiąca powstaje kilkanaście nowych placówek.

W styczniu otworzono dwa sklepy w Poznaniu, w którym do tej pory nie było żadnej placówki z logo Carrefour Express. Wielkopolska to duży, ważny rynek. W kolejnych latach Carrefour zamierza utrzymać tempo rozwoju i otwierać z partnerami franczyzowymi ponad 200 sklepów rocznie.



Carrefour Polska rozwija dwa formaty sklepów franczyzowych w Polsce: Carrefour Express Mini-Market z charakterystycznym zielonym logo o powierzchni od 100 do 500 mkw. Są to większe sklepy, w których robimy codzienne zakupy. W sklepach jest m. in. stoisko do sprzedaży wędlin i mięsa w sposób tradycyjny. Drugi format to Carrefour Express Convenience z pomarańczowym logo - są to sklepy o powierzchni do 100 mkw. przeznaczone dla lokalizacji typowo miejskich lub stacji paliw. Sklepy te są w stu procentach samoobsługowe.

Carrefour to lider wielkiej dystrybucji, który od ponad 50 lat wyznacza standardy na światowych rynkach handlu. Swoje sklepy: hipermarkety, supermarkety, sklepy dyskontowe i sklepy osiedlowe rozwija w ponad 30 krajach świata. Od ponad 30 lat, firma skutecznie rozwija także sklepy franczyzowe. W Polsce, Carrefour rozwija dwa koncepty sklepów franczyzowych: Carrefour Express Mini Market z zielonym logo – sklepy o powierzchni od 100 do 500 m², zlokalizowane w dużych, średnich i małych miastach oraz na terenach wiejskich. Ich wyróżnikiem jest bogaty asortyment oraz bardzo atrakcyjne ceny oraz Carrefour Express Convenience z pomarańczowym logo – sklepy samoobsługowe, przeznaczone dla lokalizacji typowo miejskich. Ich powierzchnia sprzedaży wynosi do 100m². Sklepy te oferują dodatkowe usługi np. możliwość zrobienia ksero, opłacenia rachunków czy doładowanie telefonu. Obecnie w Polsce działa już ponad 300 sklepów franczyzowych. W kolejnych latach Carrefour Polska zamierza utrzymać dynamiczne tempo rozwoju i otwierać ponad 200 sklepów rocznie.

Dodatkowe informacje:

Biuro Prasowe

Carrefour Polska

Tel. 22 51 72 312

e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Małgorzata Skoczylas-Kouyoumdjian, dział komunikacji i PR Carrefour Polska,

malgorzata_skoczylas-kouyoumdjian@carrefour.com

Maria Cieślukowska, dyrektor komunikacji i PR Carrefour Polska,

maria_cieslikowska@carrefour.com