



Informacja prasowa

Warszawa, 1 marca 2013 r.

Carrefour Express wkracza do Gdańska

Otwarcie pierwszych dwóch sklepów Carrefour Express w Gdańsku pokazuje, że choć luty to najkrótszy miesiąc, sieć franczyzowa Carrefour Express dynamicznie się rozwija – na mapie kraju pojawiło się więcej sklepów niż w styczniu. W tym miesiącu firma otworzyła aż 15 nowych sklepów franczyzowych na terenie całego kraju – w tym dwie pierwsze placówki w Gdańsku, przy ulicy Piastowskiej 90E i Osiedlowej 2.

Pomorze – cenny rynek dla franczyzy

W listopadzie zeszłego roku, podczas organizowanych w Gdańsku warsztatów dla franczyzobiorców „Jak poprawić wyniki sklepów osiedlowych”, Francois Vincent, Dyrektor ds. Franczyzy Carrefour Polska, zwrócił uwagę, że region pomorski ma ogromny potencjał. Potwierdzeniem mogą być dane Regionalnej Izby Gospodarczej Pomorza, zgodnie z którymi województwo pomorskie zajmuje 3. miejsce w kraju pod względem liczby MŚP na tysiąc mieszkańców i 4. miejsce pod względem nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw. Sektor MŚP w regionie jest także otwarty na innowacje czy nowatorskie rozwiązania. Jednym z takich konceptów biznesowych jest franczyza.

Na partnerski model franczyzowy zdecydowali się właściciele dwóch pierwszych sklepów Carrefour Express w Gdańsku, które otwarto w czwartek 28 lutego. Nowe placówki z zielonym logo Carrefour Express znajdują się przy ulicy Piastowskiej 90E i Osiedlowej 2. Sklepy otwarte są przez siedem dni w tygodniu, w godzinach dostosowanych do oczekiwań klientów. Oprócz szerokiego asortymentu, właściciele gwarantują miłą atmosferę i atrakcyjne promocje. W obu sklepach dostępne są produkty marki Carrefour, które do tej pory na terenie Gdańska można było kupić wyłącznie w super- i hipermarketach.

Polski rynek jest bardzo rozdrobniony – działa na nim około 130 tys. sklepów spożywczych. Jego specyfika jest szczególnie widoczna w porównaniu z Francją czy Niemcami, gdzie działa odpowiednio: około 35 tys. i 50 tys. tego typu placówek. Widoczne są jednak silne tendencje konsolidacyjne, dlatego integracja ze stabilnym partnerem – co gwarantuje franczyza z Carrefour Polska – jest odpowiednim konceptem handlowym.



Carrefour wspiera małe sklepy

– *Prawdziwa franczyza to nie tylko przekazanie partnerowi znanego logo, ale przede wszystkim partnerska współpraca, w której obie strony biorą odpowiedzialność za rozwój i sukces biznesu. W modelu Carrefour zapewniamy partnerowi narzędzia do bieżącej analizy wyników sprzedaży oraz pomoc doświadczonych specjalistów, którzy służą radą na każdym etapie rozwoju biznesu* – mówi Francois Vincent, Dyrektor ds. Franczyzy 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 317 sklepów franczyzowych z logo Carrefour Express (stan z 1.03.2013 r.), a każdego miesiąca powstaje kilkanaście nowych placówek.

Carrefour Polska rozwija dwa formaty sklepów franczyzowych w Polsce: Carrefour Express Mini-Market z charakterystycznym zielonym logo o powierzchni od 100 do 500 m². 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 m². Przeznaczone do 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. Pierwszy z nich to 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. Drugim formatem jest Carrefour Express Convenience z pomarańczowym logo – sklepy samoobsługowe, przeznaczone do lokalizacji typowo miejskich. Ich powierzchnia sprzedaży wynosi do 100 m². Sklepy te oferują dodatkowe usługi, np. możliwość zrobienia ksero, opłacenia rachunków czy doładowania 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 Cieślikowska, dyrektor komunikacji i PR Carrefour Polska,

maria_cieslikowska@carrefour.com