



Informacja prasowa

Warszawa, 7 marca 2013 r.

### **Carrefour „buduje mosty”**

**Firma Carrefour Polska została partnerem „Mostów Ekonomicznych” – jednej z najciekawszych i najbardziej popularnych inicjatyw studentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. W ramach współpracy 7 marca zorganizowano warsztat ekspercki, w trakcie którego Francois Vincent, Dyrektor ds. Franczyzy i Członek Zarządu Carrefour Polska, przedstawił studentom, jak stworzyć skuteczną strategię firmy.**

Podczas spotkania Francois Vincent rozmawiał ze studentami o sytuacji tradycyjnego rynku handlowego. Pokazał mocne i słabe strony małych sklepów oraz istniejące szanse i zagrożenia. Zaznaczył, że sektor sklepów spożywczych w Polsce tylko w pierwszym półroczu 2012 roku zmniejszył się o 2,8 tys. placówek, jednak wciąż posiada bardzo duży potencjał. Pokazał, w jaki sposób firma Carrefour Polska na podstawie analiz rynku opracowała nowoczesny koncept biznesowy będący odpowiedzią na sytuację handlu tradycyjnego. Francois Vincent zaprezentował koncept partnerskiej franczyzy z Carrefour Polska, która efektywnie zwiększa dochody małych sklepów, szczególnie w czasie kryzysu ekonomicznego.

*– Carrefour Polska jako franczyzodawca oferuje pełne wsparcie i sprawdzony know-how. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu w handlu może dzielić się zdobytą wiedzą i pokazywać sprawdzone koncepty biznesowe. Firma chętnie dzieli się wiedzą i doświadczeniem ze studentami i środowiskiem akademickim, przyczyniając się do budowania trwałych mostów między biznesem i szkołami wyższymi – powiedział Francois Vincent.*

Podczas warsztatu poruszony został także istotny problem, jakim jest brak dokładnej definicji prawnej franczyzy, która często mylona jest z afiliacją czy porozumieniem o współpracy. Francois Vincent zaprezentował cztery filary, na których oparty jest koncept Carrefour Express – są to rozpoznawalna marka, asortyment i logistyka, transfer know-how oraz wsparcie franczyzodawcy.



Mosty Ekonomiczne to cykl warsztatów, wykładów, case studies i debat, organizowanych z inicjatywy SGH we współpracy z najlepszymi polskimi uczelniami ekonomicznymi oraz topowymi firmami – liderami branż. Celem wydarzenia jest budowanie trwałych relacji między najzdolniejszymi studentami a biznesem.

Carrefour prowadzi działalność edukacyjną, dzieląc się swoim doświadczeniem i wiedzą na temat rynku handlu, którą kieruje nie tylko do studentów, lecz także do sektora MSP, czego przykładem są panele dyskusyjne skierowane do właścicieli małych sklepów spożywczych. Do chwili obecnej firma zorganizowała w różnych miastach kraju 10 takich spotkań i cieszyły się one żywym zainteresowaniem. Inicjatywa Carrefour została zgłoszona do Raportu Dobrych Praktyk Forum Odpowiedzialnego Biznesu (FOB), jako przykład działań edukacyjnych skierowanych do sektora MSP.

*Carrefour to lider wielkiej dystrybucji, który od ponad 50 lat wyznacza standardy na światowych rynkach handlu. Swoje sklepy: hipermarkety, supermarkety oraz 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>. 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](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)**

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

[malgorzata\\_skoczylas-kouyoumdjian@carrefour.com](mailto:malgorzata_skoczylas-kouyoumdjian@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, dyrektor komunikacji i PR Carrefour Polska,

[maria\\_cieslikowska@carrefour.com](mailto:maria_cieslikowska@carrefour.com)