



Informacja prasowa

Warszawa, 4 kwietnia 2013 r.

Dynamiczny rozwój Carrefour Express

Carrefour Polska nieustannie pracuje nad rozwojem sieci sklepów franczyzowych. W marcu otwartych zostało trzynaście nowych placówek w różnych regionach kraju. Otwarto m.in. trzecią placówkę w Gdańsku, gdzie sieć zadebiutowała zaledwie miesiąc temu. Nowe sklepy Carrefour Express mini-market, Carrefour Express convenience oraz Globi powstały także między innymi w Kielcach, Zgłobieniu, Łądku Zdroju i Krakowie.

Carrefour ze swoimi franczyzobiorcami rozwija sieć sklepów w trzech formatach. Format mini-market (z zielonym logo) to sklepy o powierzchni sprzedaży od 100 m² do 500 m². Koncept ten stosuje się do lokalizacji zarówno miejskich, jak i wiejskich. Format convenience (z pomarańczowym logo) przeznaczony jest dla lokalizacji typowo miejskich. Sklepy charakteryzują się powierzchnią sprzedaży od 50 m² do 100 m² oraz pełną samoobsługą. Ostatnim formatem jest Globi – format małych sklepów, które zlokalizowane są głównie w małych miejscowościach.

W centrum zainteresowania Carrefour Polska jest klient i do niego firma stale dostosowuje swoją ofertę. Dlatego franczyza z Carrefour cieszy się tak dużą popularnością. Partnerski model współpracy przynosi korzyści każdej ze stron. Carrefour oferuje franczyzobiorcom nie tylko swoje logo, lecz także zapewnia indywidualny dobór asortymentu, plan marketingowo-promocyjny i sprawną logistykę. Ofertę Carrefour wyróżnia to, że firma zapewnia wsparcie na każdym etapie rozwoju sklepu, zapewniając partnerom sprawdzone narzędzia biznesowe.

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 330 sklepów franczyzowych z logo Carrefour Express i Globi, a co miesiąc otwieranych jest kilkanaście nowych placówek. W kolejnych latach Carrefour zamierza utrzymać tempo rozwoju i otwierać sklepy na terenie całego kraju.



Carrefour to lider wielkiej dystrybucji, który od ponad 50 lat wyznacza standardy na światowych rynkach handlu. Swoje sklepy: hipermarkety, supermarkety i sklepy osiedlowe rozwija w ponad 30 krajach świata. Od ponad 30 lat firma skutecznie rozwija także sklepy franczyzowe. W Polsce Carrefour rozwija trzy 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. Trzeci format to Globi – sklepy o powierzchni do 100 m² przeznaczone do lokalizacji głównie w małych miejscowościach. Obecnie w Polsce działa już ponad 330 sklepów franczyzowych. W kolejnych latach Carrefour Polska zamierza utrzymać dynamiczne tempo rozwoju.

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