



Informacja prasowa

Warszawa, 2 sierpnia 2013 r.

Mimo wakacji Carrefour Express nie zwalnia tempa

W lipcu Carrefour otworzył 13 nowych sklepów franczyzowych. Nowe placówki zostały otwarte m.in. w Ostródzie, Warszawie i Krakowie.

Lato to pora roku, w której większość osób przeznaczą dużo czasu na odpoczynek. Jednak Carrefour nie zwalnia tempa i stale dynamicznie się rozwija. Tylko w lipcu powstało 13 nowych sklepów należących do sieci franczyzowej Carrefour. W ubiegłym miesiącu sklepy z logo Carrefour Express i Globi powstały m.in. w Czajkowie, Limanowej, Krakowie, Ostródzie, Gdańsku i Warszawie. Unikalny koncept franczyzowy Carrefour dostosowany jest do lokalnego klienta, dlatego nowe placówki franczyzowe powstają zarówno w małych miejscowościach, jak i w wielkich miastach jak Warszawa czy Kraków.

Carrefour Express convenience – sklep zarówno dla menedżera, jak i dla turysty

Dynamiczny rozwój sieci franczyzowej Carrefour jest dowodem, że oferta firmy odpowiada na oczekiwania właścicieli małych sklepów, oferując im to, czego oczekują ich klienci. Jednym z konceptów, który zyskuje coraz większą popularność, jest Carrefour Express convenience z pomarańczowym logo. Są to miejskie sklepy, które spełniają oczekiwania klientów z dużych miast. Placówki te bardzo dobrze funkcjonują w pobliżu centrów biznesowych, blisko dworca kolejowego lub miejsc, które chętnie odwiedzają duże grupy turystów. W czerwcu otwarto dwa nowe „pomarańczowe” sklepy Carrefour w Krakowie (ul. Sienna) i w Warszawie (ul. Nowy Świat) a w lipcu kolejne dwa sklepy w centrum Krakowa – przy ul. Dietla oraz przy al. Słowackiego. Placówki te bardzo dobrze odpowiadają na potrzeby turystów, którzy zwiedzając ciekawe miejsca, poszukują smacznych przekąsek, wody mineralnej czy świeżych soków. Popularne są one także wśród pracowników firm, którzy w trakcie krótkiej przerwy poszukują szybkiej i świeżej przekąski.

– Opracowaliśmy koncept Carrefour Express convenience w odpowiedzi na potrzeby typowo miejskiego klienta. Sklepy te są w 100 proc. samoobsługowe i oprócz produktów pierwszej potrzeby oferują dodatkowe usługi np. możliwość zrobienia ksero, opłacenia rachunków czy



doładowania telefonu. W przypadku Carrefour Express convenience kluczowe jest właściwe wybranie lokalizacji odpowiedniej dla tego konceptu – centrum dużego miasta, czy też miejsca odwiedzanego przez duże grupy ludzi – mówi Francois Vincent, Dyrektor ds. Franczyzy i Członek Zarządu Carrefour Polska. – Warto także dodać, że w sklepach Carrefour Express convenience klient znajdzie bogaty asortyment produktów „food to go”. Każdy może w nich kupić świeże sałatki, smaczne kanapki a nawet sushi. Klient, nie mając czasu lub pieniędzy na wyjście do restauracji, szuka smacznego i świeżego posiłku w trakcie podróży wakacyjnej lub przerwy w pracy i to właśnie znajduje w „pomarańczowych” sklepach Carrefour Express convenience – dodaje Francois Vincent.

Franczyza z Carrefour – biznes szyty na miarę

Carrefour Express convenience to nie jedyny koncept franczyzowy należący do sieci. Unikatowa oferta firmy dostosowana jest do oczekiwań klienta. Carrefour oferuje koncepty odpowiednie zarówno dla przedsiębiorców prowadzących działalność w dużych miastach, jak i właścicieli małych sklepów wiejskich. Każda lokalizacja jest analizowana indywidualnie, a odpowiedni koncept franczyzowy dobierany jest do lokalnych warunków.

Najpopularniejszym konceptem oferowanym przez sieć jest Carrefour Express minimarket z zielonym logo. Jest on odpowiedni dla sklepów o powierzchni sprzedaży od 100 do 500 m². Koncept przeznaczony jest do lokalizacji zarówno miejskich jak i wiejskich. Asortyment sklepów Carrefour Express minimarket z zielonym logo dostosowany jest do codziennych potrzeb klientów, oferuje wiele produktów od lokalnych dostawców a dodatkowo często znajduje się w nich stoisko z tradycyjnymi wędlinami. Carrefour posiada również ofertę współpracy dla właścicieli sklepów o powierzchni do 100 m² w małych miejscowościach i na terenach wiejskich – jest nią Globi. Takie sklepy oczywiście mogą w przyszłości się rozwinąć i zostać przekształcone w Carrefour Express.

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 sklepy franczyzowe: Carrefour Express minimarket z zielonym logo – sklepy o powierzchni od 100 do 500 m², zlokalizowane w dużych, średnich i małych miastach oraz na terenach wiejskich; 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. Sieć posiada również ofertę współpracy dla właścicieli sklepów o powierzchni do 100 m² w małych miejscowościach i na terenach wiejskich – jest nią Globi. Obecnie w Polsce działa już ponad 360 sklepów franczyzowych.



Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

Carrefour Polska

Tel. 22 517 23 12

e-mail: biuoprasowe@carrefour.com

Sławomir Rybka, dział komunikacji i PR Carrefour Polska, slawomir_rybka@carrefour.com

Maria Cieślukowska, dyrektor komunikacji i PR Carrefour Polska, maria_cieslikowska@carrefour.com