

Carrefour

Carrefour jest pionierem i liderem wielkiej dystrybucji, wyznaczającym standardy na światowych rynkach handlu. Sieć jest numerem jeden w Europie i numerem dwa na świecie. Grupa powstała we Francji w 1959 roku. Swoje hipermarkety, supermarkety, sklepy dyskontowe i osiedlowe oraz cash and carry Carrefour rozwija w ponad 30 krajach Europy, Azji i Ameryki Południowej.



Oferta i wartości

Zaangażowanie, troska i pozytywne nastawienie to kluczowe wartości firmy. Dowodem takiego podejścia jest hasło „Carrefour – pozytywnie każdego dnia”. Firma dokłada starań, aby zakupy w jej sklepach były łatwe i przyjemne, a proponowane innowacyjne usługi i produkty pozytywnie zaskakiwały klientów.

Stawianie na pierwszym miejscu potrzeb klientów oraz troska o najwyższą jakość produktów oferowanych w atrakcyjnej cenie to priorytety firmy, które zaowocowały wprowadzeniem marki własnej Carrefour.

Ponieważ Carrefour przy tworzeniu produktów marki własnej przywiązuje dużą wagę do opinii klientów, firma opracowała i wprowadziła specjalne testy konsumenckie, wykorzystując innowacyjne narzędzie, jakim jest Panel Test Carrefour®. Celem takiego działania jest

nieustanne podnoszenie jakości oferowanych produktów i sprostanie rosnącym oczekiwaniom klientów.

Innowacje i promocje

Dążenie do utrzymania pozycji lidera na rynku handlu stawia przed Carrefour nowe wyzwania. Jednym z bardziej nowatorskich i innowacyjnych działań na polskim rynku było wprowadzenie nowej koncepcji organizacji sklepów wielkopowierzchniowych. Nowoczesna estetyczna organizacja działów, czytelna komunikacja cen i asortymentu – to

zmiany, które wprowadzono dotychczas w warszawskich sklepach w Arkadii oraz w Carrefour Targówek. Zmianie uległa aranżacja działów,



kolorystyka i część wyposażenia sklepów.

Powierzchnia sklepów została tak zmodernizowana, aby pozwoliło to na rozszerzenie oferty i uzupełnienie jej o dodatkowe produkty, dzięki czemu każdy klient może łatwiej znaleźć ofertę dopasowaną do swoich potrzeb. Nowe oblicze sklepów Carrefour to przestrzenne, kolorowe wnętrza, podświetlone stonowanym światłem stoiska i artykuły oraz atmosfera nowoczesności i komfortu, która sprzyja wygodnym i szybkim zakupom.

W ostatnim czasie Carrefour, jako jedna z pierwszych sieci handlowych w kraju, wprowadził karty zbliżeniowe. Ta metoda płatności pozwala na znaczne skrócenie czasu transakcji.

To, czego nie wiedziałeś

Carrefour w Polsce, posiada wszystkie formaty sklepów: hipermarkety, supermarkety, sklepy osiedlowe. Sieć handlowa Carrefour ma najwięcej przysmaków w Polsce.



Liczne akcje oparte na innowacyjnych promocjach i działaniach marketingowych wzmacniają wizerunek marki oraz jej zaufanie wśród klientów.

Kontekst rynkowy

Działalność handlowa firmy Carrefour w Polsce rozpoczęła się w 1997 r. w Łodzi, wraz z otwarciem pierwszego hipermarketu. Obecnie firma nie tylko prowadzi działalność w segmencie sklepów wielkopowierzchniowych, ale także – jako jedyna zagraniczna sieć handlowa – z powodzeniem rozwija koncepcję spożywczych sklepów osiedlowych prowadzonych w modelu franczyzy.

Osiągnięcia i perspektywy

Carrefour to lider wielkiej dystrybucji w Europie. Jednym z głównych kierunków rozwoju w Polsce jest rozbudowa sieci franczyzowej. Dzięki połączeniu funkcjonujących na rynku modeli franczyzy twardej i miękkiej, Carrefour daje swoim partnerom narzędzia, które pozwalają szybko i efektywnie prowadzić własny sklep. Carrefour zapewnia wsparcie na każdym etapie współpracy. Niezwykle atrakcyjny dla franczyzobiorców jest dostęp do produktów marek własnych i pierwszej ceny, oferowane doradztwo w zakresie zarządzania sklepem oraz plan marketingowo-promocyjny. To stanowi gwarancję sukcesu przedsięwzięcia dla wszystkich stron.

W 2011 roku Carrefour wprowadził kolejny format franczyzowych sklepów spożywczych, otwierając nowe możliwości przed partnerami – sklep pod szyldem Carrefour Express, z logo w kolorze pomarańczowym. Koncept ten wyróżnia się szeroką gamą usług dodatkowych, skierowany przede wszystkim do miast. Koncept ten pozwolił sieci zintensyfikować rozwój sklepów franczyzowych.

Powody do dumy

Działalność Carrefour jest doceniana, o czym świadczą liczne nagrody. W latach 2009, 2010, 2011 i 2012 Carrefour otrzymywał wyróżnienia Superbrands, które przyznawane jest najlepszym markom na rynku. Firma została także wyróżniona w konkursie Effie Awards 2011, gdzie za kampanię „Kasa wraca jak bumerang” Carrefour został wyróżniony w kategorii

Retail. W 2011 roku marka zdobyła prestiżowe wyróżnienie w branży nieruchomości handlowych – nagrodę CEE Retail Real Estate Award, w kategorii Big Box Retailer of the Year. Innowacyjne podejście do usprawniania procesu komunikacji wewnętrznej oraz twórcze podejście do akcji marketingowo-promocyjnych zyskało duże uznanie członków kongresu European IC & Intranet

Meeting. Carrefour Polska został nagrodzony Grand Prix Internal 2011 w kategorii „Najlepszy Intranet 2011 – Duże firmy”.

Zgodnie z założeniami strategii odpowiedzialnego biznesu w zakresie zaangażowania społecznego, Carrefour podejmuje działania na rzecz społeczeństwa, wspierając wartościowe projekty i inicjatywy, ukierunkowane na niesienie pomocy dzieciom i młodzieży, a także osobom

Historia marki

- **1997:** otwarcie pierwszego hipermarketu Carrefour w Łodzi
- **2000:** Carrefour Polska przejmuje sieć marketów Globi
- **2003:** w ofercie Carrefour Polska pojawiają się artykuły Marki Własnej Carrefour
- **2005:** Carrefour Polska przejmuje sieć marketów Hypernova
- **2007:** Carrefour Polska przejmuje sieć 200 sklepów od spółki Ahold
- **2010:** rebranding supermarketów i sklepów franczyzowych
- **2011:** Carrefour otwiera 200 sklepów franczyzowych pod brandem Carrefour Express



wykluczonym zawodowo. Wiele spośród nich realizowanych jest przy udziale międzynarodowej Fundacji Carrefour.

Carrefour aktywnie uczestniczy w wielu inicjatywach prospołecznych z różnych dziedzin życia. Od 2007 roku Carrefour współpracuje z Caritas Polska. W latach 2007–2010 wspierał program stypendiów dla dzieci Skrzydła. Obecnie trwa ogólnopolski program dożywiania dzieci w świetlicach. Dzięki grantowi w wysokości 1,5 mln zł od Fundacji Carrefour, 1200 dzieci w całej Polsce otrzyma 250 000 posiłków.

Angażując się w przełamywanie stereotypów na temat osób niepełnosprawnych

w życiu zawodowym, Carrefour rozpoczął współpracę ze Stowarzyszeniem Niepełnosprawni dla Środowiska EKON, finansując projekt aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych. Fundacja Carrefour przekazała Stowarzyszeniu 147 tys. euro, dzięki czemu 150 chorych psychicznie

i upośledzonych umysłowo osób zostanie przygotowanych do pracy w ochronie środowiska. Ponadto Carrefour zatrudnia w swoich sklepach ponad 700 osób z różnym stopniem niepełnosprawności.

Ważnym elementem strategii odpowiedzialnego biznesu jest także działalność na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Jako pierwsza firma na rynku Carrefour wprowadził biodegradowalne torby na zakupy oraz aktywnie wspiera akcje zachęcające klientów do ograniczenia zużycia energii elektrycznej.

► www.carrefour.pl

