



Warszawa, 08 listopada 2018 r.

## Carrefour przyspiesza z rozwojem agencji. Sieć odpowiada na nowy trend rynkowy

**Od początku roku, Carrefour prawie dwukrotnie zwiększył liczbę sklepów agencyjnych w stolicy i w październiku po raz pierwszy otworzył nowe placówki poza Warszawą - w Krakowie i Łodzi. Przyspieszenie rozwoju agencji Carrefour to odpowiedź na nowy trend – pojawienie się na rynku osób zainteresowanych tymczasowo pracą na etacie, ale poważnie myślących o prowadzeniu własnego biznesu w przyszłości.**

Na przestrzeni ostatnich kilku miesięcy Carrefour znacznie zwiększył tempo rozwoju modelu agencyjnego, otwierając w stolicy aż 9 nowych sklepów agencyjnych z logo Carrefour Express convenience i zaoferował nowy model współpracy w największych polskich miastach. Jest to reakcja związana z pojawieniem się na rynku nowej grupy osób, zainteresowanych tymczasową pracą na etacie, aby po zdobyciu doświadczenia prowadzić własne sklepy franczyzowe.

*- Od kilku miesięcy obserwujemy znaczny wzrost liczby osób zainteresowanych nową ofertą agencji Carrefour. Wyróżnia się ona na rynku tym, że praca w naszym modelu agencyjnym jest przygotowaniem do otwarcia własnego sklepu franczyzowego w przyszłości, a jak pokazują nasze doświadczenia, nawet do otwarcia i zarządzania siecią kilku takich sklepów - mówi **Michał Florkiewicz, dyrektor sklepów convenience w Carrefour Polska**. Odpowiadając na nowy trend, zaoferowaliśmy nasz model współpracy również poza Warszawą, w największych miastach w całej Polsce – dodaje **Florkiewicz**.*

Na koniec października br. w modelu agencyjnym działało 28 sklepów Carrefour Express convenience, w tym 3 nowe placówki, które zostały po raz pierwszy otwarte w Łodzi i Krakowie. Sieć planuje dalszy rozwój swojej oferty i do końca czwartego kwartału, chce otworzyć kolejne 5 nowych sklepów w tym modelu.

Nowa agencja Carrefour dostosowana jest do potrzeb rynku. Sieć pozostaje w niej głównym inwestorem – posiada prawa do lokalu i opłaca koszty związane z jego adaptacją i wyposażeniem. Inwestycja, którą ponosi agent ogranicza się do zakupu drukarek fiskalnych oraz opłacenia koncesji na alkohol. Powinien on też umieć zarządzać zespołem oraz praktycznie znać podstawowe techniki sprzedaży. W ramach współpracy sieć zapewnia swoim agentom atrakcyjny system bonusowy, wsparcie doświadczonego zespołu doradców oraz zdefiniowany asortyment dopasowany do lokalizacji i potrzeb klienta. Docelowo, w modelu Carrefour, agencja po pewnym czasie może zostać przekształcona we franczyzę.

### **Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Wśród dostępnych formatów sklepów Carrefour najlepiej dopasowanym do wymogów agencji jest Carrefour Express convenience. W ofercie tego sklepu znajduje się, między innymi, szeroki asortyment dań gotowych, w tym jedzenia na wynos, świeżo wypiekane pieczywo, żywność bio czy produkty bezglutenowe. Ten samoobsługowy sklep z pomarańczowym logo, najczęściej zlokalizowany w miejscach o dużym natężeniu ruchu, doskonale wpisuje się w oczekiwania oraz szybkie tempo życia mieszkańców dużych miast.

## **O Carrefour**

Carrefour Polska to omnikanalowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com), oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

### **Kontakt dla mediów:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)