



Communiqué de presse
2 septembre 2009

**« Le positif est de retour »
Carrefour révèle son nouveau positionnement
et lance une campagne publicitaire résolument optimiste.**

« Le positif est de retour ». Avec cette nouvelle posture, Carrefour reprend l'offensive et développe une nouvelle plate-forme de communication qui accompagne la transformation engagée par le Groupe. Reflet d'un nouvel état d'esprit et d'un engagement résolument enthousiaste et volontariste, le message de Carrefour à l'attention de ses clients n'est pas seulement optimiste. Il témoigne de l'engagement de l'entreprise à améliorer la vie de ses clients, à proposer des solutions positives pour faciliter le quotidien des consommateurs.

Résolu à devenir le « commerçant préféré des Français », Carrefour a choisi d'aller de l'avant, de prendre un nouveau départ, tout en s'appuyant sur son histoire. « Le positif est de retour » se veut le mot d'ordre du Groupe, et la traduction de l'état d'esprit résolument optimiste et engagé de la marque. Cette nouvelle posture est en adéquation avec les préoccupations actuelles des français qui souhaitent trouver des solutions simples et accessibles pour faciliter leur vie au quotidien.

Elle est également motivante et engageante pour les collaborateurs de l'enseigne, elle les incite à se mobiliser plus encore pour ses clients.

« Le positif est un élément clé de notre identité depuis de nombreuses années. Cette posture est le symbole de notre détermination à devenir le commerçant préféré des français. Plus que jamais, nous sommes déterminés à apporter des solutions concrètes et innovantes à nos clients pour améliorer leur qualité de vie » explique Gilles Petit, directeur exécutif de Carrefour France.

Offrir des produits discounts de qualité, faciliter les courses, rendre le bio accessible, démocratiser les nouvelles technologies, favoriser l'environnement, ...tels sont des exemples d'engagements positifs que Carrefour entend renforcer dans son évolution.

Pour annoncer sa nouvelle plate-forme, Carrefour lancera dès le 4 septembre prochain une campagne d'envergure réalisée par la plate-forme dédiée au sein du Groupe Publicis baptisée « K4 ». Cette campagne de communication, sera largement déployée en France sous forme d'annonces presse (photographe Matthieu Deluc) et de spots TV, réalisés par Laurent Chanez.

L'annonce de cette nouvelle posture sera suivie de campagnes publicitaires mettant en avant des preuves concrètes d'actions menées pour rendre le quotidien des clients plus positifs comme un menu à 1€ par personne.



Détails du dispositif média :

Télévision

- 4 films de 35 secondes
- Laurent Chanez, réalisateur
- 982 millions contacts (ensemble 15 ans et +) – 90% de la cible touchée
- Diffusion du 4 au 20 septembre 2009

Presse

- Publication dans la presse quotidienne nationale (Les Echos, Le Figaro, Le Monde, L'Equipe)
- Parution le 4 septembre 2009

A propos de Carrefour en France

Carrefour est présent en France au travers de 5 formats (hypermarché, supermarché, proximité, hard discount et cash&carry) et plus de 5 500 magasins. Depuis cinquante ans, Carrefour s'affirme comme le partenaire de la vie quotidienne de millions de clients en leur proposant pour un large choix de produits et de services au meilleur prix. Au travers de ses activités, Carrefour assume une responsabilité économique, sociale et environnementale et s'engage pour la qualité de ses produits et la satisfaction de ses clients. A ce jour, Carrefour compte en France plus de 14 millions de porteurs de sa carte fidélité, ce qui fait du programme de Fidélité Carrefour le premier programme de France.

Service de presse Carrefour France

Tél. : 01 57 32 89 99 / E-mail : groupe@presse-carrefour.com