



Levallois, le 25 juin 2008

**Après une période de tests convaincants,
le groupe Carrefour annonce le déploiement de Carrefour Market
sur ses supermarchés en France**

Les résultats des tests réalisés étant positifs, le groupe Carrefour a décidé de lancer son projet de déploiement de l'enseigne Carrefour Market sur le format supermarchés en France. Aussi, dès septembre 2008, les magasins Champion passeront progressivement sous l'enseigne Carrefour ou Carrefour Market. La transformation de l'ensemble du parc de magasins sera réalisée sous 24 mois. Après l'Espagne, l'Argentine, la Pologne, le Brésil et la Turquie, ce projet constitue une étape supplémentaire dans la stratégie multi-format mono-marque du groupe Carrefour.

Des tests convaincants : un concept plébiscité

Depuis 2007, le groupe Carrefour a expérimenté son projet de développement de la marque Carrefour dans 13 de ses magasins Champion qui sont ainsi passés sous les enseignes Carrefour et Carrefour Market. Dans ces 13 magasins pilotes, le groupe Carrefour a pu tester son programme de transformation commerciale destiné à apporter à ses clients le meilleur des marques Champion et Carrefour : offre de produits plus diversifiée, assortiments enrichis, programme de fidélité unique, agencement modernisé, parcours client simplifié...

Après plusieurs mois d'exploitation, les retours d'expériences sont positifs : les clients se disent satisfaits des changements effectués et sont convaincus par la marque Carrefour. Cette satisfaction s'est traduite notamment par une augmentation de la fréquentation des magasins. Par ailleurs, les résultats des tests sont probants sur le plan commercial avec des gains de parts de marché au niveau local et une hausse du chiffre d'affaires. Fort de ces résultats, le groupe Carrefour a décidé de lancer son projet de développement de la marque Carrefour à une plus grande échelle.

Déploiement : un projet ambitieux

A partir du mois de septembre 2008, les magasins intégrés Champion du groupe Carrefour passeront progressivement sous l'enseigne Carrefour ou sous la nouvelle enseigne Carrefour Market. D'ici la fin 2008, la transformation d'un peu plus d'une centaine de magasins devrait être achevée. 700 autres magasins devraient être transformés d'ici fin 2009 et l'intégralité d'ici mi-2010. Les 420 partenaires franchisés Champion pourront eux aussi rejoindre ces enseignes avec un accompagnement permanent du groupe Carrefour pour une exploitation réussie de leurs magasins.

Ambitieux par sa vitesse de déploiement, sa couverture géographique et le nombre de magasins concernés, ce projet mobilisera l'ensemble des femmes et des hommes de Champion et de Carrefour, dans les sièges et dans les magasins. Premiers ambassadeurs du projet, les 60 000 collaborateurs en magasins auront un rôle décisif pour accompagner les clients au quotidien dans l'évolution du magasin.

Bien plus qu'un simple changement d'enseigne

En se développant, la marque Carrefour va apporter de nouvelles perspectives :

- A ses clients, avec la meilleure offre commerciale adaptée localement et toujours au meilleur prix,
- A ses franchisés, avec de nouvelles opportunités de croissance rentable grâce au potentiel de la marque Carrefour, et notamment de sa marque propre,
- A ses fournisseurs, avec des débouchés supplémentaires par l'élargissement de l'offre et l'accroissement des ventes, mais aussi par la notoriété et l'image de qualité de la marque Carrefour,
- A ses collaborateurs, avec la possibilité de participer à un projet commercial d'ampleur qui renforcera l'attractivité des magasins et leur permettra d'enrichir leur parcours professionnel,
- Aux collectivités, avec son engagement permanent dans la société en participant à la dynamique économique locale, en exerçant sa responsabilité sociale d'entreprise et en contribuant à faire respecter notre environnement
- A ses actionnaires, avec des perspectives de croissance rentable et durable.

Stratégie : un nouveau levier de croissance

Ce projet constitue une source de création de valeur, alliant les forces des marques Carrefour et Champion : le dynamisme et la modernité de Carrefour, la chaleur et la convivialité de Champion. Ce projet permettra de révéler pleinement le potentiel de la marque Carrefour¹ qui bénéficie d'une très forte notoriété et d'une image de qualité unique.

Déjà mis en œuvre, avec succès, dans d'autres pays, tels que l'Espagne, la Turquie ou le Brésil, ou en cours de finalisation, comme en Argentine et en Pologne, ce projet de déploiement de la marque Carrefour est une étape de plus dans la stratégie multi-format mono-marque du groupe Carrefour et constitue un levier de croissance essentiel pour l'avenir.

Carrefour Market : ce qui va changer dans les magasins

- L'offre de produits sera plus large (près de 20% de MDD supplémentaires sous les marques Carrefour) et plus diversifiée (développement des gammes textiles, culture et loisirs, arts de la table notamment).
- En matière d'aménagement du magasin, le parcours client sera simplifié grâce à une nouvelle signalétique, à un agencement plus moderne et à une présentation plus claire. Cette nouvelle atmosphère sera à l'origine d'une nouvelle expérience en magasin.
- En matière de services, les clients bénéficieront d'un programme de fidélité unique : les avantages de la carte Carrefour seront valables dans l'intégralité du réseau Carrefour (supermarchés et hypermarchés).

**Service de presse groupe Carrefour :
groupecarrefour@eurorscg.fr
+ 33 1 58 47 98 88**

¹ Selon le dernier classement Interbrand d'avril 2008, Carrefour se classe au 1^{er} rang des marques européennes de distribution alimentaire. Et selon Référence 2007, la marque Carrefour est une marque appréciée, plébiscitée par les consommateurs pour le choix, la qualité, la fraîcheur des produits et la modernité.