



Carrefour



Carrefour

enavant!

CULTURE CLIENT . TRANSFORMATION . INNOVATION



Raviver la marque

Lars Olofsson

- ▶ Marque froide et distante
- ▶ Déficit d'une culture de la marque dans l'entreprise
- ▶ Défi de l'image prix
- ▶ Multiplicité des formats/ gammes de produits
- ▶ Communication/ marketing insuffisamment efficaces

- ▶ Renforcer le lien émotionnel
- ▶ Développer la culture d'entreprise
- ▶ Améliorer l'image prix
- ▶ S'assurer de la cohérence entre tous les formats, gammes de produits et régions
- ▶ Accroître l'efficacité de la communication et du marketing

- Deuxième marque mondiale de distribution en valeur
- Dans le Top 50 des marques mondiales
- 1er distributeur généraliste en Europe
- Valorisée entre 10 et 12 Md € (Interbrand)



Le positionnement de la marque Carrefour

Répondre aux besoins de nos clients et de nos consommateurs ne suffit plus.

Nous devons les surprendre et les enchainer tous les jours.

Notre rêve



- Etre reconnu et aimé pour notre capacité à aider nos clients et nos consommateurs à profiter d'une meilleure qualité de vie tous les jours



enavant!
CARTIERE CLIENTS, TRANSFORMATION, INNOVATION



Our focus



- ▶ Enchanter nos clients et consommateurs tous les jours

Pour mériter tous les jours leurs “mercis”



enavant!



Nous capitalisons sur la marque enseigne Carrefour

Carrefour
market



- 668 magasins convertis
- Tous les magasins intégrés convertis d'ici oct 2009

Carrefour 
city contact

- 8 magasins pilotes
- 50 d'ici à la fin de l'année

Carrefour
market



- 5 magasins pilotes
- Déploiement en 2010

Carrefour
market



- 40 magasins fin 2009

Carrefour
EXPRESS



- Tous les magasins convertis

































Carrefour 
city

- 11 à Madrid



Nous capitalisons sur la
marque enseigne Carrefour

Carrefour : une enseigne de plus en plus présente dans notre portefeuille

Hypermarché	Supermarché	Proximité	Cash & Carry	Hard Discount
	       	           	   	   
e-commerce				
  				

- **Gamme Carrefour : un déploiement renforcé**
- Poursuite du déploiement de la marque Carrefour:
 - * + 1 000 références nouvelles en PGC d'ici la fin de l'année en France (s'ajoutant aux 3 500 références existantes)
 - * Carrefour Discount
 - 400 SKUs at end September
 - Roll-out in Belgium



- ▶ **Communication:
nouvelle plateforme de communication au S2**
- ▶ Cohérence avec le nouveau positionnement de la marque
 - Lien émotionnel
 - Image prix
 - Du spécialiste de l'hypermarché au Commerçant préféré
- ▶ Coherence pluri-média
 - Magasins
 - Assortiment
 - Catalogue
 - Mass media

- Gestion mondiale et cohérente de la marque
- Efficacité accrue des investissements marketing
- Portefeuille de marques rationalisé (enseignes et produits)
- Positionnement clair dans le monde
- Une marque à la hauteur de nos ambitions



Carrefour