



Carrefour noue un partenariat stratégique global avec Meta

Ce partenariat accompagnera Carrefour dans sa transformation numérique, en offrant des expériences plus personnalisées et connectées à ses clients et à ses 320 000 employés.

Paris, Massy, 9 novembre 2021 - **Carrefour annonce aujourd'hui le lancement d'un partenariat stratégique ambitieux avec Meta, qui sera déployé dans les neuf pays intégrés du groupe** (France, Italie, Espagne, Roumanie, Pologne, Belgique, Taiwan, Argentine et Brésil).

Le partenariat couvrira de nombreux aspects de l'activité de Carrefour, de **la communication interne à l'expérience des employés, en passant par la relation client, la publicité numérique et la digitalisation des prospectus, la communication locale et le social commerce**. Il inclura de multiples plateformes et services de Meta : **Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger et Workplace**.

TRANSFORMER L'EXPÉRIENCE CLIENT DE CARREFOUR

Pour répondre à la volonté de Carrefour de proposer les meilleures expériences digitales, Meta intégrera Carrefour à ses programmes de développement d'expériences mobiles. Ainsi, Meta aidera Carrefour à construire le futur de son environnement mobile.

Pour digitaliser son expérience client, le Groupe travaillera aussi avec Meta pour **fournir des expériences instantanées et plus personnalisées via les plateformes WhatsApp et Messenger**. En outre, Carrefour permettra aux directeurs de magasin d'accéder à des outils de communication locaux pour activer les plateformes du groupe Meta dans leur zone de chalandise afin de soutenir l'accélération du marketing numérique local.

En lien avec l'essor du live shopping et des nouveaux modèles de consommation, Meta accompagnera également Carrefour dans **le développement de son offre d'e-catalogue en utilisant des outils personnalisés et des formats innovants**. Carrefour et Meta collaborent déjà pour digitaliser la promotion via [l'API WhatsApp Business](#). La digitalisation des prospectus répond aux nouvelles attentes des consommateurs, avec 70% des Français qui préfèrent les prospectus numériques au papier selon [une récente étude Ipsos pour Meta](#).

Les deux entreprises développeront également une offre commune de ciblage et de mesure des campagnes au sein de Carrefour Links, la plateforme de Carrefour qui regroupe l'ensemble des solutions de retail media pour améliorer l'efficacité des campagnes publicitaires.

CONNECTER 320 000 EMPLOYÉS AVEC WORKPLACE FROM META

Carrefour franchit également une étape importante dans sa stratégie de communication interne en annonçant **le déploiement prévu de Workplace, l'outil de communication de Meta pour les entreprises auprès de ses 320 000 employés.**

Il est prévu que Workplace soit progressivement déployé dans toute l'entreprise et ses pays intégrés. L'objectif est de permettre aux collaborateurs de créer des communautés et d'utiliser les fonctionnalités familières des réseaux sociaux dans leur quotidien professionnel pour mieux communiquer entre eux quels que soient leurs positions dans le Groupe, leurs entités, ou leurs pays d'implantation. En supprimant les silos et en connectant tout le monde, Workplace permettra aux employés de Carrefour d'avoir des relations plus directes et de passer plus de temps sur le terrain, au service des clients Carrefour.

Enfin, **Carrefour commencera à explorer avec Meta les opportunités que la réalité virtuelle pourrait créer, notamment pour la formation des employés.**

« Ce partenariat avec Meta incarne la forte accélération de Carrefour dans le domaine des technologies, et sa transformation en Digital retail company. Carrefour évolue pour mieux répondre aux attentes de nos clients, de nos collaborateurs et de nos partenaires », **a déclaré Elodie Perthuisot, Directrice Exécutive E-Commerce, Data et Transformation Digitale du Groupe Carrefour.**

« Nous sommes ravis de soutenir une entreprise française comme Carrefour, l'un des leaders mondiaux de la distribution, et de fournir nos compétences et nos solutions technologiques pour accompagner la transformation numérique du groupe », pour **Nicola Mendelsohn, Vice-présidente de Meta Global Business Group.** « Ce partenariat a pour but d'aider Carrefour à innover dans la manière dont il sert ses clients et, chez Meta, nous savons que cela ne peut se faire que si vos collaborateurs sont connectés et alignés. Nous sommes donc ravis que le partenariat d'aujourd'hui s'étende non seulement à nos produits destinés aux consommateurs, mais aussi à Workplace. »

A propos du Groupe Carrefour

Fort d'un réseau multi-formats de 13 000 magasins dans plus de 30 pays, le Groupe Carrefour est un des leaders mondiaux du commerce alimentaire. Carrefour a réalisé un chiffre d'affaires de 78,6 milliards d'euros en 2020. Il compte plus de 320 000 collaborateurs qui contribuent à

faire de Carrefour le leader mondial de la transition alimentaire pour tous, en offrant chaque jour une alimentation de qualité, accessible partout et à un prix raisonnable.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.carrefour.com, sur Twitter (@GroupeCarrefour) et sur LinkedIn (Carrefour).

Contacts Carrefour

Relations investisseurs

Sébastien Valentin, Anthony Guglielmo et Antoine Parison

Tél : +33 (0)1 64 50 82 57

Communication Groupe

Tél : +33 (0)1 58 47 88 80

A propos de Meta

Meta construit des technologies qui aident les gens à se connecter, à trouver des communautés et à développer des entreprises. Lorsque Facebook a été lancé en 2004, cela a changé la façon dont les gens se connectent. Des applications comme Messenger, Instagram et WhatsApp ont permis à des milliards de personnes dans le monde de s'émanciper. Aujourd'hui, Meta va au-delà des écrans 2D et s'oriente vers des expériences immersives comme la réalité augmentée et virtuelle pour aider à construire la prochaine évolution de la technologie sociale.

Contacts Meta : press@fb.com