

## **Carrefour România lansează portalul unic carrefour.ro: Supermarket Online, Carrefour & Partenerii (marketplace), magazinul mărcii proprii TEX, oportunități de carieră și inițiative corporate**

*Peste 150.000 de produse, precizie și discreție în livrare, prospețimea produselor livrate și opțiuni multiple de cumpărare*

**București, 17 mai 2018** – Carrefour România lansează portalul unic carrefour.ro, un concept nou, în continuă dezvoltare care regroupează magazinul de comerț online carrefour-online.ro, site-ul instituțional carrefour.ro, magazinul de comerț online dedicat brandului de îmbrăcăminte marcă proprie TEX, tex.carrefour.ro, și site-ul de employer branding lumea-carrefour.ro. În același timp, noua platformă propune primul sistem de tip Marketplace dezvoltat de un retailer FMCG în România, prin secțiunea „Carrefour & Partenerii”. Portalul oferă o experiență complexă utilizatorilor, Carrefour consolidându-și astfel poziția de unic retailer omnicanal din România.

Noul portal carrefour.ro devine unica interfață online în care clienții vor putea regăsi, sub același acoperiș, întregul univers digital al Carrefour România. Acest nou portal regroupează conținutul celor 4 site-uri deja existente (cel instituțional, cel dedicat comerțului online alimentar, cel dedicat brandului TEX și cel de employer branding). Noua platformă Carrefour.ro conține două secțiuni majore, „Supermarket Online” și „Carrefour & Partenerii” și cumulează o gamă diversă de peste 150.000 de produse.

*„Integrarea tuturor website-urilor sale este pasul firesc prin care Carrefour răspunde nevoilor și dorințelor publicurilor noastre țintă, fie că sunt clienți, furnizori, parteneri, actuali și viitori angajați, instituții sau asociații cu care colaborăm. Interacțiunea lor cu universul Carrefour trebuie să fie rapidă și fluidă, să le ofere acestora informațiile necesare și produsele dorite, pe care să le poată accesa și comanda oricând și de oriunde s-ar afla. Mai mult decât atât, de foarte multe ori rolurile sociale converg – un actual client*

*poate fi simultan și antreprenor care vinde în secțiunea „Carrefour & Partenerii” și voluntar într-un proiect social susținut de Carrefour – așa că modul în care am gândit carrefour.ro reflectă aceasta realitate.”, a declarat **Andreea Hodade, Director e-Commerce Carrefour România.***

Lansat în 2013, primul magazin de comerț online din retail FMCG devine începând de astăzi „Supermarket Online”, o secțiune a portalului unic carrefour.ro, destinată exclusiv clienților din București și Ilfov și care cuprinde produse alimentare de bază, bio, proaspete (fructe și legume), dar și obiecte de uz casnic, tot ce ai nevoie pentru cumpărăturile săptămânale. Mai mult, Carrefour asigură clienților săi calitatea și prospețimea produselor livrate, atent urmărite până în momentul în care produsele ajung la aceștia, și garantează precizie și discreție în livrare, în intervalul orar selectat.

Supermarketul Online este deservit de un depozit logistic independent, aflat în Ștefăneștii de Jos, dotat cu aparatura de ultimă generație și cu un sistem de gestionare a comenzilor, dezvoltat intern. O atenție deosebită în construcția acestui depozit, a fost acordată respectării listei produselor comandate de către client: primești exact ceea ce ai comandat. Pentru a respecta acest angajament ambițios al serviciului său de livrare la domiciliu al produselor alimentare, Carrefour a creat un proces operațional original în care expertiza IT și Logistică se îmbină armonios.

În cea de-a doua secțiune, „Carrefour & Partenerii”, clienții pot comanda dintr-o gamă largă de produse non-alimentare: electronice și IT, electrocasnice, mobilier de grădină, articole bebeluși, jucării și jocuri de copii, acestea fiind livrate oriunde în țară. Secțiunea funcționează ca un mall virtual în care partenerii Carrefour își pun la vânzare produsele, acesta devenind primul sistem de tip marketplace dezvoltat de un retailer din domeniul FMCG în România.

*„Căutăm constant soluții pentru îmbunătățirea experienței de cumpărare a clienților noștri, dar și pentru a le oferi o gamă diversă de produse. Ne respectăm această promisiune printr-o secțiune nouă adăugată universului companiei noastre, Carrefour & Partenerii. Aceasta este încă o dovadă a modelului de business pe care îl abordează Carrefour în prezent, acela al omnicanalității. Serviciul Click&Collect permite ridicarea produselor de la cel mai apropiat hipermarket Carrefour, devenind singurul retailer FMCG din România*

care pune la dispoziția clienților săi un astfel de serviciu”, a adăugat **Andreea Hodade, Director e-Commerce Carrefour România.**

Prin lansarea noului portal unic [www.carrefour.ro](http://www.carrefour.ro), Carrefour România pune la dispoziția clienților săi un număr de peste 150.000 de produse: prin magazinul de comerț online al brandului de îmbrăcăminte marca proprie TEX, prin secțiunea de Supermarket Online cu livrare precisă și discretă, în intervalul orar selectat și prin secțiunea Carrefour & Partenerii, cu opțiuni multiple de a face cumpărături. De asemenea, noul portal unic reunește informații instituționale, precum informații despre cataloagele și magazinele Carrefour, dar și informații legate de employer branding.

\*\*\*

#### **Despre Carrefour:**

În România, grupul Carrefour oferă clienților săi multiple posibilități de a face cumpărături, atât în cele **318 magazine din țară**, hipermarketuri și supermarketuri, cât și prin magazinul de comerț online, Carrefour Online - [www.carrefour-online.ro](http://www.carrefour-online.ro). Mai mult, prin platforma **BRINGO**, disponibilă gratuit în Google Play și App Store, Carrefour le oferă clienților din Iași, Cluj, Constanța și București posibilitatea de a face cumpărături din peste 50.000 de produse la preț de hipermarket, livrate în 90 de minute. De asemenea, prin intermediul **Gurmandio**, clienții din Iași, Suceava, Botoșani, Piatra-Neamț, Galați și Târgu Jiu pot comanda o varietate mare de preparate, atât din secțiunea de gastronomie a Carrefour, cât și de la restaurantele locale, livrare gratuită și multiple metode de plată (cash, card, tichete de masă).

Carrefour a dezvoltat pentru clienții săi mijloace inovatoare de plată, precum aplicația „**Carrefour Pay**”, prin intermediul căreia aceștia pot verifica prețurile din magazin sau plăti cumpărăturile direct din aplicație, la casele de marcat. Continuând seria inovațiilor, anul trecut, Carrefour a lansat în hipermarketul Carrefour Băneasa, serviciul integrat „**Casa ta - Self Service**”, prima casă de marcat unde clienții au posibilitatea să scanze și să plătească singuri, în același loc, produsele cumpărate.

Carrefour susține comunitățile în care activează prin programe relevante, astfel că, în 2017, retailerul a lansat, în premieră în România, **Cooperativa Agricolă Carrefour Vărăști**, prima de acest gen fondată alături de un retailer. Proiectul aduce mai aproape de clienții Carrefour producătorii agricoli români cu produse de calitate și le oferă acestora oportunitatea de a accesa o piață de desfacere sustenabilă.

În aprilie 2018, Carrefour România a lansat **Filiera Calității Carne de Mânzat**, continuându-și astfel misiunea și angajamentul de a le oferi clienților produse românești de calitate, proaspete și gustoase, cu gust autentic, la un preț competitiv, prin dezvoltarea de parteneriate durabile cu micii producători locali. Filiera Calității Carne de Mânzat se alătură celorlalte 3 lansate de Carrefour în România, începând cu 2008, pentru **porc, morcov și cartofi**, asigurând controlul calității produselor oferite, prin monitorizarea și verificarea continuă a standardelor de calitate setate împreună cu partenerii de către o echipă de experți.