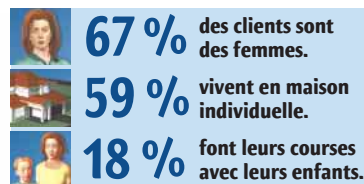


Le magasin, centre de vie

Les magasins Carrefour deviennent de vrais centres de vie. Par leur aménagement et leurs services, les plus récents visent avant tout le bien-être du client. De plus, tous poursuivent une politique de développement durable, respectueuse des hommes et de l'environnement.

Carrefour et ses clients

Les magasins Carrefour revêtent une grande diversité. Les plus grands atteignent 25 000 m², soit la taille de cinq terrains de football, tandis que les plus petits s'apparentent à de gros supermarchés. Ainsi, un magasin moyen mesure 8 700 m², base que nous avons choisie pour les chiffres qui suivent.



116 magasins
Carrefour en France



11 millions
de Français clients de Carrefour



8 700 m²
de surface
moyenne de vente



2 visites
par mois
en magasin



390 personnes
à votre service
en moyenne



53 minutes
en moyenne
par visite



1 630 places
de parking

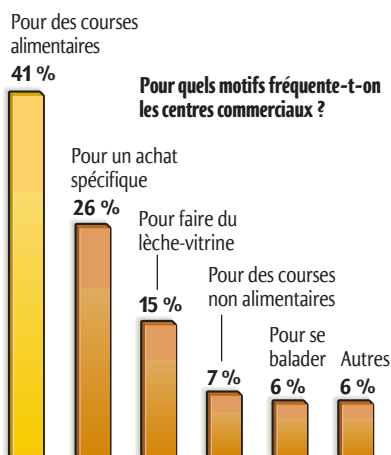


64 euros
dépensés par caddy



L'hypermarché au cœur du centre commercial

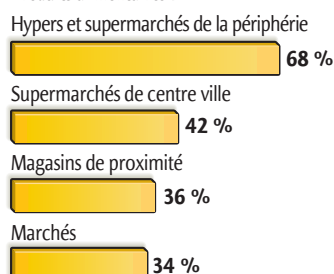
Les hypermarchés se situent le plus souvent dans des centres commerciaux et en constituent le premier pôle d'attraction. La France compte plus de 540 centres de ce type. En moyenne, les Français s'y rendent deux fois par mois et y passent 76 minutes. 34 % les apprécient pour leur commodité et leur proximité, 19 % pour leur éventail de boutiques et 14 % pour leur parking.



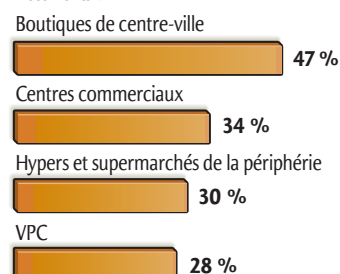
Où faites-vous vos courses ?

Pour leurs courses alimentaires, les Français privilégient les hypermarchés et supermarchés situés en périphérie des villes - et ce, nettement plus que les autres Européens. A titre de comparaison, seuls 45 % des Britanniques fréquentent ce type de magasins, alors que 58 % d'entre eux achètent dans les supermarchés de centre-ville et 43 % dans les commerces de proximité.

Produits alimentaires :



Vêtements :



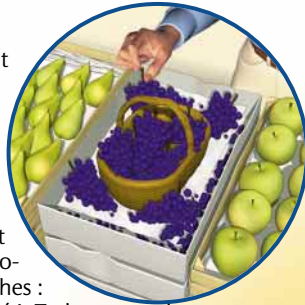
Sources : Carrefour ; Etude Healy & Baker, Où les Européens font-ils leurs courses ? , février 2001.

Finis les hypermarchés purement fonctionnels. Aujourd'hui, le client exige convivialité et service. Conçus comme un ensemble de boutiques, les nouveaux magasins Carrefour répondent à cette attente. Exemple avec Collégien, en Seine-et-Marne.

Un magasin pensé pour vous

Produits frais

Un vendeur d'épices et d'olives, un marchand de primeurs haut de gamme, un boulanger et un boucher traditionnels, des stands où l'on prépare devant vous salades composées, plats cuisinés, glaces et même, en test à Collégien, chocolats maison et pâtes fraîches : ici, l'ambiance est au marché ! Trois écrans géants vous informent sur la qualité des produits alimentaires Carrefour.



Cave à vins

En retrait du magasin, meublée de gondoles basses en bois clair, la cave offre la convivialité d'une boutique, tout en innovant : une borne multimédia vous indique un choix de vins adaptés à votre menu et leur emplacement dans les rayons.



Coin change bébé

Cet espace met à votre disposition matelas à langer, serviettes, couches et toilettes pour les enfants. Vous pouvez aussi y allaiter bébé tranquillement.



A l'écoute des clients

Les études réalisées par Carrefour auprès des consommateurs démontrent leur lassitude face à l'aménagement trop agressif des grandes surfaces classiques et aux affiches promotionnelles trop nombreuses. D'où l'esprit convivial et à taille humaine des nouveaux magasins de l'enseigne. Ce concept a été testé auprès de groupes de clients en magasin. Conclusion : ceux-ci ressentent une impression de bien-être et s'orientent facilement dans les rayons.

Entrée et sortie

A l'entrée, les bandeaux surplombant les caisses dégagent une atmosphère sereine grâce à leurs tons pastels et à leurs motifs évoquant la nature : fleurs, gouttes d'eau... De grands abat-jour diffusent une lumière douce, apaisant le stress du passage en caisse.



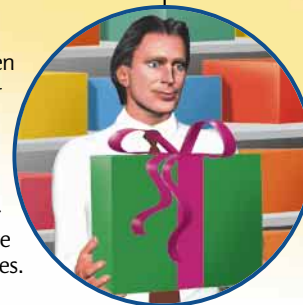
Beauté, vêtements

Tons pastels, gondoles basses et toutes en courbes, point conseil sur la coloration des cheveux, stand de test de maquillage : traité à la manière d'une parfumerie, l'espace beauté regroupe tous les produits de soin du corps, y compris épilateurs et autres appareils électriques. Au salon d'essayage des vêtements, vous disposez d'un service d'ourlet et de broderie en une heure.



Produits saisonniers

Des déguisements d'Halloween aux salons de jardins en passant par les jouets à Noël, cet espace met en scène les produits vedettes de chaque saison. Il comporte un point conseil pour vous aiguiller vers les bons rayons et prendre commande de certains articles.



Point d'enlèvement

Un comptoir ouvert sur le parking vous permet de retirer en voiture réfrigérateurs, télévisions et autres objets encombrants. Si besoin, le magasin vous prête une camionnette ou vous livre gratuitement.



Équipement de la maison

Vaisselle, casseroles, électroménager... Tous les équipements culinaires sont groupés autour d'un espace Cuisine aménagé comme une boutique : appareils de cuisson encastrés dans des meubles en bois blond, sol revêtu d'un plancher clair... Un écran géant diffuse des émissions gastronomiques. Le magasin installe les matériels encastrables chez vous et vous propose des cours de cuisine.



Audiovisuel, multimédia

Avec ses fauteuils en cuir, son plancher gris bleuté et son écran géant, l'espace TV-hifi-vidéo évoque un salon moderne. Le magasin installe les antennes paraboliques et les équipements de home cinéma à votre domicile. Au rayon des ordinateurs, juste à côté, vous pouvez vous inscrire à des cours d'informatique.



Une signalétique claire et chaleureuse



Le magasin qui parle
"Électroménagez-vous" pour indiquer le rayon correspondant : les bandeaux signalétiques

jouent la convivialité. Orange pour la maison, vert pour les loisirs : ils arborent chacun leur couleur et se voient de loin, car les gondoles n'excèdent pas 2,20 m de haut, au lieu de 3,50 m.



Des promotions lisibles
Les panneaux de promotions ont été revus pour plus de clarté. Le mot promotion n'y figure plus : leurs couleurs rouge et jaune suffisent à les identifier. Ils n'indiquent que le nom du produit, son prix promotionnel et le bénéfice pour le client.

Plus de services

Oltre les services proposés dans chaque espace de consommation, toute l'organisation du magasin privilégie la satisfaction et le confort des clients. Quelques exemples...



Bien-être
Pour faire une pause, vous disposez de Coins Café à l'entrée du magasin, près de l'espace

TV-hifi-vidéo, aux produits frais, ainsi que de fontaines d'eau et de sièges répartis tout au long de votre parcours.



Prix
Carrefour Collégien est le premier magasin de l'enseigne à tester un système d'affichage électronique des

prix évitant toute erreur d'étiquetage dans les rayons. Par ailleurs, 45 bornes de lecture du prix des produits sont installées dans les différents espaces.



Caddies
Caddies pour marchandises encombrantes, pour petites et grosses provisions, caddies porte-

bébé et même caddies électriques pour les personnes à mobilité réduite : le magasin a pensé à chaque client.



Caisses
Pour gagner du temps, vous pouvez payer certains articles, comme les produits parapharmaceutiques, directement en rayon. Là, les vendeurs sont équipés de caisses à écran tactile permettant un encaissement plus rapide.

Culture

C'est une innovation Carrefour : vous pouvez consulter un DVD avant de l'acheter et ce, sans la contrainte de coiffer un casque : les bornes de lecture sont surmontées d'une cloche qui vous renvoie le son. D'autres bornes permettent d'écouter des CD et de tester des jeux vidéo. A la librairie vous disposez d'un coin lecture.



ENTRÉE PRINCIPALE

ACCUEIL

SPORT, LOISIRS ET CULTURE

ESPACE SERVICES

PRODUITS SAISONNIERS

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON

EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

GRANDE CONSOMMATION

PRODUITS FRAIS

CAVE À VINS

ENTRÉE SECONDAIRE

Vers un magasin citoyen

Concilier croissance économique, respect des hommes et de la nature : c'est le but du développement durable. Ce principe engage Carrefour en aval de son activité de distributeur et, bien sûr, dans ses magasins. Tous tendent vers le même modèle citoyen : exemples d'actions réalisées dans divers points de vente.

Déchets recyclés

Les déchets sont triés, les cartons et papiers, recyclés, les plastiques servent à fabriquer des sacs plastiques ou des pare-chocs, les cagettes à produire de la chaleur ou du compost.

Energie économisée

Un système central pilote la climatisation, l'éclairage et le fonctionnement des gros équipements en limitant leur consommation d'énergie.

Dons alimentaires

Les produits frais sont retirés des rayons plusieurs jours avant leur date limite de consommation et donnés à des associations caritatives pour les foyers défavorisés.

Qualité contrôlée

Un responsable qualité contrôle le respect de la chaîne du froid, des dates limites de conservation des produits, forme le personnel aux règles d'hygiène...

Couche d'ozone préservée

Les vitrines de produits frais ne sont plus réfrigérées au Fréon, un fluide frigorigène contribuant au trou de la couche d'ozone, mais au moyen d'un "coulis" de particules de glace.

Horaires aménagés

Les hôtesses de caisse proposent elles-mêmes leurs horaires de travail pour chaque semaine, en fonction des variations d'affluence en magasin.

Insertion par l'emploi

Le magasin a signé un contrat d'insertion à l'emploi des personnes sans qualification avec les mairies avoisinantes et s'engage à employer des travailleurs handicapés.

Clients responsabilisés

Les clients sont invités à rapporter leurs piles et batteries usées, ainsi que leurs matériels informatiques en fin de vie, de sorte à les faire recycler.

Les engagements de Carrefour

1. Production

- Garantir la traçabilité, la qualité et la sécurité des produits vendus dans les magasins
- S'assurer de la prise en compte de l'environnement dans leur fabrication.
- Veiller aux conditions sociales dans lesquelles ils sont fabriqués.
- Assurer des relations commerciales équilibrées avec leurs fournisseurs.

2. Transport

- Garantir la traçabilité et le respect de la chaîne du froid lors du transport des produits jusqu'aux entrepôts Carrefour, de leur stockage sur place et de leur livraison dans les magasins.
- Assurer la sécurité des transports.
- Réduire leurs émissions de gaz à effet de serre.

3. Magasin

- Maîtriser son impact sur l'environnement.
- Préserver le pouvoir d'achat des clients, garantir la qualité des produits qu'ils achètent, les sensibiliser à l'environnement.
- Veiller aux conditions de travail, à la formation et à l'égalité des chances des salariés.
- Participer au développement économique et social local.

Livraisons en silence

Pour protéger les riverains du bruit des camions, la route d'accès au quai de déchargement se situe en contrebas d'une butte de terre.

Environnement soigné

Aux abords du magasin, des plantations sont aménagées. En concertation avec les mairies, des routes, ronds-points et pistes cyclables sont créés pour améliorer la circulation.

Pas de pollution visuelle

Les roues des caddies se bloquent lorsqu'ils franchissent les limites du parking, ce qui évite qu'ils encombrant la voie publique.

Pour en savoir plus

Internet : www.carrefour.com (ce site contient notamment le Rapport de développement durable 2002 de Carrefour) ; www.carrefour.fr (ce site fournit également des informations sur le développement durable et des renseignements sur le nouveau magasin Carrefour de Collégien).