

Carrefour België steekt zichzelf in nieuw kleedje

nieuws

Het warenhuisketen Carrefour stroomlijnt zijn verschijning op de Belgische markt. Van de vijf merknamen waarmee de groep nu in ons land aanwezig is, blijven er eind juni nog drie over. Naast een grotere coherentie tussen de merknamen van de groep, streeft het plan naar expansie van sommige winkels en een grotere nabijheid bij de klanten. De Carrefour-groep verloor marktaandeel in 2006. De ingrepen moeten leiden tot een stabilisering in 2007 om in 2008 opnieuw marktaandeel te winnen.

🕒 19 FEBRUARI 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:59

□
Het warenhuisketen Carrefour stroomlijnt zijn verschijning op de Belgische markt. Van de vijf merknamen waarmee de groep nu in ons land aanwezig is - Carrefour, Super GB, Super GB Partner, Contact GB en GB Express - blijven er eind juni nog drie over. De aanpassing past in het ondernemingsproject 2006-2008, met de naam "Samen, voor onze klanten". Naast een grotere coherentie tussen de merknamen van de groep, streeft het plan naar expansie van sommige winkels en een grotere nabijheid bij de klanten.

"Carrefour zal de gemeenschappelijke familienaam worden. De voornaam en het imago zal bepaald worden door het specifieke metier: hypermarkten, supermarkten en buurtwinkels. De hypermarkten blijven het Carrefour-logo dragen. De supermarkten, in eigen beheer of in franchise, verliezen hun rode bol en krijgen een exclusief GB-uitzicht, gevolgd door het Carrefour-logo. De keten buurtwinkels krijgt de naam Express en zal ook gevolgd worden door het logo van Carrefour", zei Marc Oursin, uitvoerend directeur van Carrefour Belgium.

Het uithangbord van alle winkels zal aangevuld worden met gestileerde personages die verschillende momenten uit het leven of het winkelen uitbeelden. Elk winkelformat krijgt ook een kleur: blauw voor de hypermarkten, rood voor de supermarkten en groen voor de buurtwinkels. Die hergroepering beantwoordt aan een vereenvoudiging die het cliënteel wil en gaat gepaard met nog een verandering: de progressieve vervanging van alle GB-producten door Carrefour-producten.

"Het huidige gamma zal verruimd worden, onder meer met "Carrefour selection"-producten, kwaliteitsvolle producten die sedert december 2006 verkocht worden. We gaan voort Carrefour-producten introduceren tegen de beste prijs-kwaliteitverhouding en ontwikkeld naar de smaak van de

Belgische consumenten. Hun prijs ligt iets onder die van de GB-producten", vervolgde Marc Oursin. De Nr.1-producten, het goedkoopste merk in ons land luidens Oursin, blijft ook in het winkelaanbod. Over enkele maanden zullen klanten van Carrefour Belgium ook een vereenvoudiging merken in het gebruik van hun getrouwheidskaart.

Begin februari begon de wijziging van de winkelmerken. Die operatie zal de eerste jaarhelft van 2007 voortduren. Het geheel van de 561 verkooppunten (56 hypermarkten, 280 supermarkten en 225 winkels) zal tegen half 2008 een verfrissing ondergaan hebben. De Carrefour-groep verloor marktaandeel in 2006. De ingrepen moeten leiden tot een stabilisering in 2007 om in 2008 opnieuw marktaandeel te winnen, zo hoopt Carrefour Belgium. De groep was in 2006 goed voor een omzetcijfer van 5,38 miljard euro en ruim 17.000 tewerkgestelden.

Bron: Belga

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra

