nieuws

Carrefour schrapt merknaam GB

nieuws

Om zijn eigen merk bij de consument te versterken, voert retailketen Carrefour een aantal veranderingen door in zijn winkelconcept. Zo verdwijnt onder meer de merknaam GB. Dat maakte Marc Oursin, topman van Carrefour België, donderdag bekend op een persconferentie. De winkelketen Carrefour zal voortaan uit drie types winkel bestaan die elk hun eigen invulling krijgen.

2 APRIL 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
distributie

Om zijn eigen merk bij de consument te versterken, voert retailketen Carrefour een aantal veranderingen door in zijn winkelconcept. Zo verdwijnt onder meer de merknaam GB en wordt een e-shop voor voeding gelanceerd. Ook komen er in 2009 duizend nieuwe producten van het huismerk Carrefour. Dat maakte Marc Oursin, uitvoerend directeur van Carrefour België, donderdag bekend op een persconferentie. Carrefour wil de appreciatie van zijn eigen merk bij de consument versterken. Dat betekent dat de groep vanaf dit jaar het proces begint af te ronden waarbij de twee naast elkaar bestaande namen Carrefour en GB geïntegreerd worden onder de unieke naam Carrefour. Studies toonden namelijk aan dat de merknaam GB aan waarde aan het inboeten is. Bovendien kan Carrefour een grotere klemtoon op de eigen naam goed gebruiken nu de meerderheid van de consumenten niet meer trouw blijft aan één winkel.
Vanaf eind april worden de GB-supermarkten stelselmatig omgevormd tot Carrefour Market. Dat wordt een van de drie winkelconcepten van Carrefour die elk hun eigen invulling krijgen. Reflecteert de Carrefour Market "het verse van de kruidenier om de hoek" en een "menselijke en warme aanpak", dan mikt Carrefour Express op jongere én oudere alleenstaanden en Carrefour Hyper op winkelende gezinnen. In 2009 komen er bovendien dertig nieuwe winkels bovenop de bestaande 626.

Daarnaast start Carrefour deze zomer met een onlineverkoopdienst voor voeding, waarbij consumenten in 25 winkels uit het Carrefour-netwerk de producten zullen kunnen afhalen die ze vooraf via het internet hebben besteld. De winkelketen laat zich daarvoor inspireren door concurrenten als Colruyt, die al langer een e-verkoopdienst hebben.
Voorts breidt Carrefour zijn assortiment producten van het huismerk met duizend referenties uit, zodat er tegen eind 2009 ongeveer 4.000 Carrefour-producten in de rekken zullen liggen. Ten slotte investeert de keten dit jaar ook 50 miljoen euro in acties om "de koopkracht van de klanten te verhogen".
Op de persconferentie liet Marc Oursin nog weten dat hij niet vertrekt als uitvoerend directeur en dat er geen sprake is van een eventuele verkoop van Carrefour België. Wat betreft dat tweede punt liet Oursin verstaan wat "meer respect" te verwachten van concurrent Delhaize, die vorige week werd genoemd als mogelijk overnemer.

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 |