nieuws

Carrefour wil "digitaal incontournable" worden

nieuws

Supermarktketen Carrefour kondigde enkele maanden geleden een groot herstructureringsplan aan dat vooral op de hypermarkten en een “rationalisering” van de hoofdzetels focuste. Daarnaast moet er een grote inhaalbeweging komen op het vlak van e-commerce. “'We willen digitaal incontournable worden”, aldus secretaris-generaal Geoffroy Gersdorff in De Standaard. “Ons beroep verandert, de verwachtingen van de consument wijzigen. We moeten ons niet alleen aanpassen, maar ook zien voorop te lopen.”

22 MEI 2018 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:45

Lees meer over:
distributie
consument



Supermarktketen Carrefour kondigde enkele maanden geleden een groot herstructureringsplan aan dat vooral op de hypermarkten en een “rationalisering” van de hoofdzetels focuste. Daarnaast moet er een grote inhaalbeweging komen op het vlak van e-commerce. “'We willen digitaal incontournable worden”, aldus secretaris-generaal Geoffroy Gersdorff in De Standaard. “Ons beroep verandert, de verwachtingen van de consument wijzigen. We moeten ons niet alleen aanpassen, maar ook zien voorop te lopen.”

Carrefour staat in ons land voor een transformatieplan dat de supermarkt moet wapenen tegen de bikkelharde concurrentie en terug meer consumenten moet zien te lokken naar de winkels. De supermarktketen heeft er niet de gemakkelijkste jaren opzitten. “In 2010 was België verlaten nog een optie”, zo klinkt het bij secretaris-generaal Geoffroy Gersdorff en operationeel directeur Hilde Decadt. “De sanering van 2010 ging over de redding van Carrefour België. “Vandaag spreken we over een transformatie die van ons op bepaalde terreinen een voorloper moet maken.”

Concreet moet het plan van Carrefour België opnieuw een leidende retailer maken en de kracht van de 800 verkooppunten beter uitspelen, al dan niet via e-commerce. “We hebben nieuwe concurrenten de markt zien betreden en bepaalde concurrenten zien evolueren. Ook wij hebben onze winkels aangepast. In termen van marktaandeel hebben we niemand onderschat. Onze express-buurtwinkels en onze supermarkten hebben hun marktaandeel vergroot. Onze hypermarkten hebben het dan weer moeilijk door de impact van de e-commerce op de non-food-verkoop.”

“Het is aan ons om van de grote oppervlakte die eigen is aan een hypermarkt, de sterkte te maken en te zorgen voor differentiatie”, zo klinkt het. “Bepaalde non-food-gamma's gaan we inkrimpen en die ruimte kan naar een externe partner gaan die voor extra winkelbezoek zorgt. De oppervlakte van de hypers gaan we in de grote steden ook gebruiken om de trends in de voeding te exploiteren: een heel groot bio- en sterk lokaal aanbod.”

“Carrefour moet het belangrijkste merk in België worden voor biovoeding, via een ruim aanbod, de beschikbaarheid in 800 winkels - wat niemand heeft - en de democratische prijs", aldus Gersdorff. "De prijs van bio moet toegankelijk worden voor een breed publiek. De producten komen bij voorrang van lokale producenten, we hebben er meer dan 1.000. Via traceerbaarheid zal de klant weten vanwaar zijn appel komt. We willen ook minder afval. De klant kan met zijn tupperwaredoos naar de winkel komen en daar zijn stuk vlees laten inleggen.”
“Daarnaast willen we digitaal incontournable worden”, zo klinkt het. “We hebben nu al 200 afhaalpunten en we zijn de enige speler in België die elke dag van de week ook in het kleinste dorp thuisleveringen doet. Je kan vandaag nog niet in de Express-winkels je bestellingen afhalen, maar dat verandert binnenkort. Alle producten die je op onze website vindt, ook non-food-artikelen, zal je in je buurtwinkel kunnen afhalen. En als er iets mis is met het strijkijzer dat je gekocht hebt, zal je dat ook via je Express kunnen binnenbrengen. Of je kan het thuis laten leveren, dat is ook een belangrijke optie.”

Bron: De Standaard

Beeld: Carrefour België

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
Crafted by Brigada