



CARREFOUR CELEBRA LA SEGUNDA EDICIÓN DEL SALÓN CARREFOUR ESPAÑA 2023



- **Un evento único en el sector, punto de encuentro anual entre la empresa y sus proveedores con el objetivo de compartir con transparencia información sobre estrategia, innovaciones y lanzamientos**
- **Este año, participan más de 140 empresas nacionales y regionales, un 15% más que el año anterior**
- **Dedica un espacio a su estrategia digital y muestra avances en omnicanalidad, data y retail media, tecnología o ecommerce entre otros.**

Madrid, 11 de mayo de 2023.- Carrefour celebra la segunda edición de su **Salón Carrefour España 2023** tras el éxito alcanzado en 2022. Este evento, **referente anual en el sector**, cuenta este año con stands de **140 proveedores, un 15% más que el año anterior**. El Salón Carrefour se concibe como punto de encuentro entre la compañía y sus proveedores y tiene como objetivo compartir con transparencia información sobre lanzamientos, innovaciones y desarrollar nuevos proyectos que impulsen especialmente la transición alimentaria.

El **acto de apertura** ha contado con la presencia de **Alexandre de Palmas, director ejecutivo de Carrefour España** y **Jorge Ybarra Loring, director comercial de Carrefour España**, junto a una nutrida representación de empresarios y directivos. El Salón se ubica en el pabellón 12 de Ifema y ocupa **14.400 m2** de exposición por los que se prevé que pasen más de **7.500 personas** este año, coincidiendo con la celebración del **50 aniversario** de la empresa en España.



Para **Alexandre de Palmas**: *"El Salón Carrefour España permite dialogar de forma cercana con nuestros proveedores, colaboradores y franquiciados, sobre las oportunidades de crecimiento que ofrece Carrefour. Es un evento único en el que se exponen y comparten las últimas innovaciones en el área del gran consumo, se visibiliza nuestro objetivo de liderar la transición alimentaria y mostramos nuestro posicionamiento como Digital Retail Company, con soluciones innovadoras que mejoran la experiencia de compra de nuestros clientes".*

Durante la celebración del Salón, **Alexandre de Palmas** ha ampliado su **llamamiento a la movilización empresarial a favor de los bosques** realizada con FSC a Mahou, Pernod Ricard, L'Oréal, Sphere, El Encinar, Diageo, Valldan, Affinity, Samsung, Cune, Bel, Conservas Arlequín, Valor, Mondélez, Phillips y Bergner. El propósito de esta iniciativa es realizar reforestaciones en cada una de las 17 comunidades autónomas. Además ha renovado el **Pacto sobre Transición Alimentaria** ampliándolo a 20 nuevos firmantes como Vicky Foods, Damm, Gallo, Pastoret o el grupo Freixenet entre otros, con lo que se alcanzan los 103 fabricantes y el propósito de avanzar y consolidar el objetivo de liderar la Transición Alimentaria.

Firma de 10 acuerdos de colaboración con productores locales

Carrefour **comparte este espacio con sus proveedores, colaboradores y clientes**, para presentar las últimas **iniciativas** impulsadas en **productos frescos, marca propia, transición alimentaria, RSC y el Club Carrefour**.

Asimismo, va a albergar la **firma de 10 acuerdos de colaboración** con proveedores con los que trabaja bajo la marca **Carrefour Círculo de Calidad**, como los andaluces Be Nature y Natural Tropic; los aragoneses Interlázaro y Portesa de Teruel; los castellanenses Avramar; los castellano-leoneses Villar y Dimar, los gallegos Alimar y Mares de Galicia y los murcianos Patatas Rubio.

La zona central se dedica al **Mercado de Frescos**, un espacio donde se realizan **4.500 degustaciones** y junto a este área se sitúan los **stands de empresas de gran consumo** con exposición de **productores locales y regionales** y representación de empresas de todas las comunidades autónomas.

En este sentido, el Salón sirve para visibilizar el objetivo de la compañía de liderar la Transición Alimentaria para Todos con iniciativas como Act For Food, su programa de acciones concretas para comer mejor y el desarrollo de una política basada en **relaciones estables y duraderas con los proveedores y productores** con los que colabora. Actualmente, **más de 7.700 empresas**



españolas mantienen relaciones comerciales con Carrefour por un valor de **9.400 millones de euros**.

La compañía también impulsa el **desarrollo internacional** de los productos españoles a través de su central de compras hortofrutícolas **Socomo**. Solo en el pasado año, distribuyó **470.733 toneladas de frutas, verduras y hortalizas del campo español**, exportando estos productos a países como Francia, Bélgica, Italia, Polonia, Rumanía o Emiratos Árabes Unidos, entre otros. En cuanto a sus relaciones con el sector pesquero, sentido, mantiene relaciones con **66 lonjas del país** y sólo durante el pasado ejercicio, comercializó **10.300 toneladas de pescado**.

Más de 40 talleres, exhibiciones, cocina en vivo y charlas

La agenda de actividades del Salón Carrefour España contempla la realización de más de 40 talleres, ponencias, presentaciones de proveedores de Carrefour y sesiones en las que se realizarán **exhibiciones de productos o cocina en vivo** así como talleres sobre técnicas como el ronqueo del atún o el corte profesional de jamón. Como novedad, este año se mostrará en directo un taller de despiece de canal de vacuno y una sesión práctica sobre la extracción de los frutos de la piña del platanero con una acción especial de apoyo a los productores de La Palma.

El Salón ha sido también escenario de una jornada de **reconocimiento** a los **mejores franquiciados**. **El evento ha congregado a más de 400 franquiciados procedentes de todas las regiones de España**. Además, habrá un espacio para el **patrocinio** de la empresa en **La Vuelta**, en un año en el que además la compañía ha iniciado su apoyo al ciclismo femenino, al convertirse en title sponsor de **La Vuelta Femenina by Carrefour.es**.

Digital Retail Company

Carrefour dedica también un **espacio preferente para mostrar sus avances** en omnicanalidad, data, retail media o ecommerce, con **soluciones innovadoras y concretas que transformarán profundamente el negocio y la experiencia de sus clientes**, en línea con su apuesta como **Digital Retail Company**.

La empresa dedica un lugar destacado a **Carrefour Links** y **Carrefour Tech**, para mostrar las prioridades de la compañía como Digital Retail Company. En este espacio, ofrecerá información sobre la **App Mi Carrefour** para facilitar la omnicanalidad al cliente al mismo tiempo que le ofrece diferentes opciones para ahorrar, entre las que destaca **Mi Abono +**, la suscripción digital con descuentos del 15% en productos frescos.



La zona Tech cuenta con **espacios divulgativos** sobre apps, ciberseguridad, análisis de datos o ecommerce y una zona colaborativa para compartir experiencias con **Google Workspace y Meta**. Además, mostrará el funcionamiento de las automatizaciones en sus plataformas logísticas y desarrollos como **Sherpa**, con el que fomenta la eficacia de los equipos o el sistema **SmartPoS**, proyecto internacional de modernización tecnológica desarrollado por Carrefour España que permite agilizar los procesos en línea de cajas.

II SALÓN CARREFOUR ESPAÑA 2023 CIFRAS

14.400 m2 superficie

7.500 visitantes previstos

140 proveedores participantes

4.500 degustaciones ofrecidas

40 talleres, exhibiciones, charlas

