

Carrefour inicia venda de alimentos pela internet até julho

Depois de lançar varejo on-line de itens não alimentares, rede supermercadista encara o desafio de entregar itens não-alimentares. Confira

O Carrefour vai lançar seu e-commerce de alimentos até julho, afirmou Charles Desmartis, presidente da companhia no Brasil, durante evento que acontece neste final de semana no Guarujá.

A entrada neste mercado vem depois da entrada da rede no e-commerce de itens não-alimentares – que está em operação desde o ano passado e que vende categorias de produtos divididas nos universos Casa & Família, Eletrônicos, artigos Itens, Saúde & Bem-Estar e Auto e Ferramentas.

“Estamos trabalhando no modelo”, disse Desmartis à NOVAREJO. É esperado que a categoria alimentar comece a operar na região Sudeste, assim como ocorreu para itens não-alimentares.

Com o e-commerce alimentar, a empresa reforça a ideia de estratégia omnicanal: a plataforma seguirá o modelo que já foi implantado em outros países e a empresa promete que fará total integração com a loja física. Progressivamente, os consumidores que estiverem no ponto de venda poderão acessar o estoque do e-commerce e, no futuro, poderão realizar retiradas, trocas, devoluções e suporte técnico da loja virtual diretamente no hipermercado – no caso dos itens não alimentares.

O marketplace também segue dentro dessa estratégia. Até agora, a companhia tem 22 parcerias, inclusive de grandes marcas, como é o caso de O Boticário.

“O comportamento do consumidor é mais multiformato do que era antes, e ele se adaptou a variação da renda e estamos felizes com a variedade dos nossos formatos. Estamos trabalhando para fazer melhor e aproveitar a recuperação assim que ela acontecer”, disse o executivo.

As vendas do grupo francês Carrefour cresceram 3,3% no ano passado, em relação a 2015. Um dos componentes que pesaram para esse crescimento foi o desempenho dos mercados internacionais, que respondem por metade do resultado do Grupo. O Brasil foi destaque, com crescimento de 11% em mesmas lojas e 15,1% em crescimento orgânico.

No Varejo: por Camila Mendonça