

Petrom și Auchan extind parteneriatul prin care retailerul francez deschide magazine în benzinăriile producătorului de petrol și gaze și anunță 400 de unități în următorii cinci ani

Autor: Cristina Bellu 27.08.2020



OMV Petrom și Auchan continuă parteneriatul prin care retailerul francez deschide magazine de proximitate în benzinăriile deținute de unicul producător de petrol și gaze din România, și anunță 400 de unități în următorii cinci ani.

„Extinderea parteneriatului cu Auchan Retail România la nivelul întregii rețele de stații Petrom reprezintă un pas important în dezvoltarea brandului Petrom și un reper în strategia noastră de a îmbunătăți experiența clienților noștri”, spune Radu Căprău, membru al directoratului OMV Petrom responsabil pentru

activitatea Downstream Oil.

Proiectul prevede ca zona de magazin existentă în cadrul stației de distribuție carburanți să fie reamenajată astfel încât, în funcție de suprafața stației, rafturile să cuprindă până la 2.500 de produse. În plus, stațiile Petrom vor intra într-un proces de modernizare care, pe lângă amenajarea de magazine MyAuchan, include înlocuirea elementelor de identitate vizuală, precum și lucrări exterioare în zona pompelor și în cea a serviciilor adiacente, respectiv spălătoria de mașini și alimentarea cu GPL.

Parteneriatul dintre Petrom și Auchan a fost inițiat în 2017 cu o fază pilot în cadrul căreia au fost deschise magazine de proximitate MyAuchan în 15 stații Petrom, atât în zone urbane, cât și în zone rurale din țară, urmărindu-se testarea modelului de afaceri și evaluarea de către parteneri a potențialului parteneriatului.

„După toate testele făcute în cei trei ani de la demararea proiectului pilot, am reușit să configurăm un model de magazin MyAuchan care să răspundă cel mai bine nevoilor clienților în mișcare, dar și celor care locuiesc în imediata vecinătate pentru că venim cu un concept de magazin de proximitate, cu produse alimentare și nealimentare și o experiență unică de cumpărare. Vom remodela magazinele din stațiile Petrom pe parcursul mai multor ani pentru a oferi clienților un comerț sub brandul MyAuchan iar, progresiv, vom adăuga din ce în ce mai multe servicii de comerț digital, în completarea serviciilor deja oferite de Petrom“, explică Ionuț Ardeleanu, director general Auchan Retail România.

Auchan a intrat pe piața locală în 2006, când a deschis primul său hipermarket în cartierul bucureștean Titan. În primul deceniu de activitate în România compania a pariat în special pe acest format pentru ca în ultima perioadă să dezvolte și alte segmente de piață - proximitate și supermarketuri, magazine de haine și mai nou online.

În februarie 2019, OMV Petrom și Auchan Retail România au semnat un Memorandum de Înțelegere cu scopul de a analiza extinderea colaborării într-un parteneriat de lungă durată. Memorandumul a fost aprobat de Consiliul Concurenței în luna iulie a anului trecut.