

# Carrefour Belgium doet een beroep op Alkemics om zijn productcatalogus te digitaliseren en te delen met Yuka

*Parijs, 13 juli 2021 - Carrefour Belgium sluit zich als eerste merk in België aan bij het “Consumer Transparency Program” van Alkemics. Het bedrijf deelt ook als eerste alle informatie over voedingsproducten van huismerken via Yuka.*

*Dit initiatief maakt deel uit van het wereldwijde programma “Act for Food” waarmee Carrefour een concrete bijdrage wil leveren aan de voedingstransitie, van productie tot consumptie (traceerbaarheid van producten, toegang tot biologische, 100% lokale producten, enz.).*

Carrefour Belgium product pages compliance check on Yuka using Alkemics

*Before*

Product information added by a consumer

*After*

Product information shared by the brand owner using Alkemics

Updating to the official product visual

Recalculating the Yuka Score based on the nutrition facts

Correcting the product name

**ALKEMICS**  
— now part of SALSIFY

\*Mobile app displayed: Yuka

## Transparante informatie aanmoedigen

Dankzij dit partnerschap met het platform Alkemics wordt een betrouwbare, geautomatiseerde en voortdurend bijgewerkte overdracht van gegevens gegarandeerd. Vanaf nu is alle informatie over de producten van Carrefour Belgium beschikbaar op de applicatie Yuka. In totaal zijn er op Yuka meer dan **1.000 referenties voor voedingswaren beschikbaar voor de Belgische consument.**

Doelstelling van het bedrijf: Aan de huidige verwachtingen van consumenten op het gebied van kwaliteit en transparantie voldoen.

*“Met “Act for Food” speelt Carrefour reeds een belangrijke rol in de voedingstransitie. Het bedrijf engageert zich om informatie te delen en de consument op weg te helpen. De consument moet namelijk met kennis van zaken een keuze kunnen maken. Onze nieuwe samenwerking met Alkemics maakt deel uit van deze voortdurende positionering,”* legt **David Kestermans, Directeur Marketing en Digitale Transformatie bij Carrefour Belgium**, uit. *“Het is de missie van Carrefour om het beste voor iedereen toegankelijk te maken. Wij streven ernaar de consument meer transparantie te bieden, ongeacht het noteringssysteem of de gebruikte applicatie.” »*

## Een opwaartse beweging in gang zetten tussen applicaties, distributeurs en consumenten

De voordelen van Alkemics en het **“Consumer Transparency Program”** zijn duidelijk: Fabrikanten, producenten en distributeurs kunnen heel eenvoudig openbare informatie die zich op producten bevindt (zoals samenstelling, voedingsinformatie en allergenen) delen met applicaties zoals Yuka. Op deze manier kunnen ze beter beantwoorden aan de verwachtingen van de consument.

Gedaan met onnauwkeurige informatie, onjuiste beoordelingen en slechte foto's! Merken nemen het heft in eigen handen en delen informatie in real time met de consument. Ze zijn een betrouwbare bron van gegevens voor de applicaties voor de consument met het “Consumer Transparency Program”. Ze brengen meer transparantie door informatie die belangrijk is voor de consument te delen. De consument heeft op zijn beurt toegang tot betrouwbare informatie die in real time bijgewerkt wordt door de merken voor elk product dat hij via zijn favoriete app opzoekt.

*“Transparantie van informatie is vandaag de dag een bepalende factor in het aankoopproces, op gelijke voet met de eigenschappen van het product. Wij streven ernaar om merken en distributeurs af te stemmen op de verwachtingen van de consument. Wij bieden daarvoor een eenvoudig en uniek instrument aan om productinformatie te delen met tientallen applicaties voor consumenten zoals bijvoorbeeld Yuka,”* benadrukt **Antoine Durieux, medeoprichter en CEO van Alkemics**. *“Carrefour Belgium is momenteel een pionier op het gebied van transparantie voor de consument in België. Wij hopen dat deze aanpak andere distributeurs kan overtuigen om dit voorbeeld te volgen.” »*

**Over Alkemics-Salsify:**

Alkemics is een platform voor het beheer van de leverancierservaring. Het wordt gebruikt door de grootste Europese distributeurs om producten van meer dan 20.000 merken te ontdekken, indexeren of op de markt te brengen. Merken delen hun productcatalogus via allerlei kanalen en gebruiken het platform om hun zichtbaarheid bij distributeurs te vergroten en transparanter te zijn naar de consument toe. Het platform staat niet alleen open voor de voedingsindustrie, maar ook voor de gespecialiseerde distributie zoals de doe-het-zelfsector, schoonheidsproducten, gezondheidsproducten, speelgoed of meubels.

In mei 2021 werd Alkemics het Europese filiaal van het Amerikaanse bedrijf [Salsify](#). De combinatie van deze twee oplossingen heeft geleid tot de oprichting van het platform "Commerce Experience Management" (CommerceXM) om op die manier leveranciers en distributeurs een hechtere samenwerking te kunnen bieden in meer dan 80 landen. Omdat informatie in elke fase van de commerciële relatie vlot uitgewisseld kan worden, kunnen producten sneller op de markt gebracht worden. Dit biedt een nooit geziene productervaring ongeacht het aankoopkanaal van de consument.

De grootste wereldwijd aanwezige merken zoals Mars, L'Oréal, Coca-Cola, Bosch en GSK en distributeurs zoals E. Leclerc, Carrefour, Intermarché en Metro gebruiken het platform Salsify dagelijks om de uitdagingen van de digitale wereld en de omnichannel-ervaring het hoofd te kunnen bieden.

Salsify is nu het toonaangevende wereldwijde technologische platform voor het beheer van de handel en wordt ondersteund door R&D-teams en de meest performante producten. Het bedrijf dat uit de fusie voortgekomen is, heeft een omzet van meer dan 100 miljoen dollar en stelt 600 mensen tewerk in kantoren in Parijs, Boston en Lissabon.

**Over Carrefour België:**

In België telt Carrefour 786 winkels, die in verschillende formaten bestaan : de Hypermarkten Carrefour, de Carrefour Market supermarkten, de Carrefour Express buurtwinkels en 230 afhaalpunten Carrefour Drive.

Door de klanten haar topprioriteit te maken, wil Carrefour partner zijn van hun dagelijkse leven. Daarom biedt Carrefour hen een ruime keuze van producten en diensten aan, tegen de beste prijzen, dankzij de dagelijkse inbreng van meer dan 11.300 gemotiveerde medewerkers.

Carrefour heeft nieuwe oplossingen via verschillende kanalen ontwikkeld om aan de nieuwe consumptiepatronen te voldoen en om de boodschappen van haar klanten te vergemakkelijken. De klanten kunnen nu hun boodschappen online doen op de [website](#) en de Carrefour Belgium App, op ShipTo of via Uber Eats. Ze kunnen hun boodschappen thuis ontvangen of in één van de 230 Drive afhaalpunten.

Door het programma [Act For Food](#), is de ambitie van Carrefour de leider te worden op het vlak van de voedseltransitie voor iedereen. De groep neemt concrete acties om het milieu te beschermen en om voedingsmiddelen van hoge kwaliteit toegankelijk te maken voor iedereen.

Carrefour België maakt deel uit van de Carrefour Groep, één van de belangrijkste food retailers ter wereld met meer dan 320.000 medewerkers. Met een omzet van bijna 78,6 miljard euro in 2020, telt Carrefour nu 13.000 winkels in meer dan 30 landen.

Voor meer informatie : <https://newsroom.carrefour.eu> (newsroom), <https://www.carrefour.eu/nl.html>, of om ons op LinkedIn te volgen : [@CarrefourBelgium](#).

**Perscontacten:**

<b>Alkemics</b>	<b>Carrefour Belgium (FR)</b>	<b>Carrefour Belgium (NL)</b>
<p>Carine Lennuyeux            RP au carré  <a href="mailto:carine.lennuyeux@rp-aucarre.com">carine.lennuyeux@rp-aucarre.com</a>            +33 (0)6 84 10 73 02</p>	<p>Siryng Stambouli            Porte-parole - Carrefour  <a href="mailto:press_be@carrefour.com">press_be@carrefour.com</a>            +32 (0) 479 37 42 15  <a href="http://carrefour.eu">carrefour.eu</a></p>	<p>Aurélie Gerth            Woordvoester - Carrefour  <a href="mailto:press_be@carrefour.com">press_be@carrefour.com</a>            +32 (0) 473 99 05 24  <a href="http://carrefour.eu">carrefour.eu</a></p>