



Warszawa, 6 września 2017 r.

Carrefour przedstawia nowy kierunek rozwoju marki własnej

Podczas trwających Targów Carrefour zaprezentowano nowe produkty marki własnej oraz pierwsze produkty z oznakowaniem SENS.

Carrefour wprowadza aż osiem nowych linii produktów marki własnej. Wśród nich znalazły się m.in. produkty spożywcze, takie jak:

- **CHOCOLATE PLACE** – wyjątkowa gama czekoladowych słodkości: praliny z alkoholem, ręcznie dekorowane czekolady czy ptasie mleczko. Produkty są już dostępne w sprzedaży.
- **COOKIE PLACE** – szeroki asortyment ciasteczek, wafelków, pierników i biszkoptów w różnych smakach.
- **SNACK BAR** – gama słonych przekąsek: chipsów, orzeszków i paluszków.
- **CRUMBIES** – szeroki wybór płatków śniadaniowych w wielu smakach dla dorosłych i dla dzieci, m.in. płatki z różnych rodzajów zbóż, klasyczne corn flakes oraz szeroki wybór musli (m.in. wieloowocowe i crunchy).

Nowe linie produktów marki własnej, które trafią do sprzedaży jeszcze w tym roku, obejmą także: makarony, produkty do zmywania oraz żywność dla zwierząt. Natomiast w 2018 roku Carrefour wprowadzi do swoich sklepów ryby – łososia wędzonego na zimno i na gorąco, ryby konserwowe oraz paluszki rybne.

Od 2016 roku Carrefour prowadzi działania, które zmieniają kierunek rozwoju marek własnych. W ubiegłym roku firma wprowadziła dwie nowe gamy marki własnej do sprzedaży – kawy Montmartre oraz artykuły higieny dla dzieci Nello. Carrefour Polska zdecydował się rozwijać nowe gamy marki własnej w wyniku analizy rosnących oczekiwań konsumentów oraz zmieniającej się sytuacji na rynku. Pierwsze dwa nowe produkty marki własnej wprowadzone testowo na jesieni 2016 pokazały, że przeprowadzone zmiany wpłynęły korzystnie na wyniki sprzedaży. Dlatego Carrefour zdecydował o kontynuacji tych działań rozszerzając kolejne gamy produktów, a także uzupełniając je o oznakowanie SENS.

Musli Crumbies to pierwszy produkt, który już posiada oznakowanie SENS, a do końca 2017 roku na półkach sklepowych w Carrefour pojawi się kolejnych około 50 produktów marki własnej z tym oznakowaniem. SENS został opracowany przez Carrefour jako nowy, dodatkowy sposób informowania konsumentów o częstotliwości ich spożywania w oparciu o jego wartości odżywcze. Jego celem jest pomoc konsumentom w zakresie tworzenia zdrowej, zbilansowanej diety.

*– Sukces nowych produktów marki własnej, wprowadzonych w 2016 roku zachęcił nas do kontynuowania tych działań. Teraz rozbudowujemy tę ofertę zarówno o produkty spożywcze i niespożywcze – powiedział Guillaume de Colonges, Prezes Carrefour Polska.
– Carrefour Polska nieustannie rozwija i modyfikuje swoją ofertę marek własnych, aby spełnić oczekiwania naszych klientów. Dlatego podjęliśmy decyzję o wprowadzeniu*

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

nowych gam oraz zmianach jakościowych i marketingowych dla już istniejących produktów w ofercie.

Targi Carrefour odbywają się w dniach 6-7 września i po raz trzeci zgromadziły ponad 150 krajowych i międzynarodowych dostawców i producentów, kupców i menadżerów, a także dyrektorów hipermarketów i supermarketów oraz właścicieli sklepów franczyzowych. Wydarzenie jest organizowane przez Carrefour Polska, aby ułatwić sklepom zapoznanie się z ofertą producentów oraz dostawców marek międzynarodowych, lokalnych oraz marki własnej. Targi Carrefour to również platforma do budowania bezpośrednich relacji między dostawcami a menedżerami sklepów i właścicielami sklepów franczyzowych.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, światowy lider i referencyjna sieć branży detalicznej, posiada ponad 12 000 sklepów i e-sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour jest multilokalną, multiformatową i omnikanałową grupą handlową, zatrudniającą ponad 384 000 osób na całym świecie i generującą sprzedaż w wysokości 103,7 miliarda euro w 2016 roku. Każdego dnia 13 milionów klientów na całym świecie odwiedza sklepy Carrefour, których wyróżnikiem jest jakość i zaangażowanie w zrównoważony handel.

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com