



Warszawa, 20.12.2021 r.

Wigilia inna niż wszystkie – wyniki badań Kantar dla Carrefour Polska

Carrefour postanowił zbadać plany Polaków na tegoroczne Święta Bożego Narodzenia. U ponad 60% naszych rodaków w Wigilię pojawi się mniej niż 12 potraw, a na co trzecim stole dania dostosowane będą do szczególnej diety. Ponad ¼ Polaków planuje Wigilię ze skromnie zastawionym stołem, a decyzja ta podyktowana jest nie tylko rosnącymi cenami żywności, ale także chęcią przeciwdziałania marnotrawstwu jedzenia. Przedstawiamy szczegóły badania zrealizowanego przez instytut Kantar dla Carrefour Polska.

Święta w towarzystwie

Okres Bożego Narodzenia niezmiennie kojarzy się ze spotkaniami w gronie najbliższych. Większość osób planuje w tym roku podtrzymać tradycję wspólnego świętowania – najwięcej osób przewiduje, że przy wigilijnym stole spotka się w gronie od 3 do 5 osób (38% respondentów) albo od 5 do 8 osób (31%). Jedna piąta badanych Polaków zakłada spędzenie tego czasu w większej, co najmniej 9-osobowej grupie (21%). Jedynie co dziesiąty badany przygotowuje się na bardziej kameralne, dwuosobowe (9%) lub samotne (2%) święta.

Co znajdziemy na wigilijnym stole?

W tym roku tradycję 12 wigilijnych dań planuje utrzymać co czwarty Polak (27%), a na co dziesiątym świątecznym stole znajdzie się wręcz jeszcze więcej dań (11%). Najczęściej jednak zakładamy bardziej skromne świętowanie – 38% respondentów przygotowuje od 6 do 10 dań, zaś aż jedna czwarta Polaków zadowolą się wieczerzą składającą się z od 1 do 5 dań (26%).

W świątecznym jadłospisie niemal co trzeci badany (31%) przewiduje potrawy dostosowane do specyficznej diety. Najczęściej postawimy na dania wegetariańskie (17%) lub o niskim indeksie glikemicznym (11%), ale Polacy będą świętować również przy daniach bezglutenowych, wegańskich lub bezlaktozowych (po 5%).

– *Wyniki badania potwierdzają, że zmiana nawyków żywieniowych Polaków jest faktem – mówi **Justyna Orzeł, Wiceprezes, Dyrektor HR i Sekretarz Generalna Carrefour Polska.** – Po wyborach naszych klientów możemy stwierdzić, że nie jest to zjawisko chwilowe, okazjonalne, lecz stały trend dotyczący zarazem zakupów codziennych, jak i świątecznych. Polacy coraz chętniej sięgają po opcje wegetariańskie, wegańskie czy bio, a rolą sieci handlowych jest zapewnienie im jak najszerszej oferty. Jako międzynarodowa sieć Carrefour ma szczególną możliwość dostarczenia klientom wyjątkowo różnorodnego*

Kontakt dla mediów:

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com



asortymentu, od wysokiej jakości warzyw od lokalnych dostawców, po specjalności kuchni z innych krajów. Dzięki temu w naszych sklepach coś dla siebie znajdą zarazem osoby przygotowujące dania tradycyjne, jak i klienci, którzy szukają specyficznych produktów. W sklepach Carrefour Polska obecnie można wybierać spośród już ponad 400 wegańskich lub wegetariańskich produktów spożywczych, w tym ponad 30 wysokiej jakości produktów marki własnej, a oferta produktów bio przekracza ponad 2900 pozycji. Specjalnie na święta do wybranych hiper- i supermarketów trafiły porcje karpia z polskiej hodowli bio. Taka stała aktualizacja oferty jest spójna z naszym celem zostania globalnym liderem transformacji żywieniowej.

Ponad połowa badanych zakłada, że tegoroczne święta będą równie obfite co zeszłoroczne (61%). Ponad ¼ Polaków planuje jednak Wigilię z bardziej skromnie zastawionym stołem (27%). Co ciekawe, decyzja o mniejszej ilości jedzenia na święta jest motywowana dwoma równie mocnymi powodami. Polacy kierują się przede wszystkim rosnącymi cenami żywności (60%) oraz chęcią niemarnowania jedzenia (58%), ale ważnymi powodami są również mniejsza liczba gości (20%) oraz troska o środowisko (11%).

– Jesteśmy świadomi potrzeb naszych klientów, dlatego dokładamy wszelkich starań, by osobom odwiedzającym nasze sklepy zapewnić jak największe możliwości zakupowe, oczywiście przy jednoczesnym zachowaniu najwyższego poziomu bezpieczeństwa. Z jednej strony przygotowaliśmy serię akcji promocyjnych, dzięki którym popularne produkty spożywcze będą jeszcze bardziej dostępne. Zarazem zapewniamy dostęp do szerokiej gamy produktów na wagę, by klienci mogli zakupić dokładnie tyle, ile potrzebują. We wszystkich hiper- i supermarketach Carrefour od dłuższego czasu zachęcaliśmy do korzystania z opakowań wielorazowego użytku i wrócimy do promowania takiego rozwiązania, gdy tylko sytuacja pandemiczna na to pozwoli. We wszystkich naszych sklepach niezmiennie dbamy o zachowanie wszelkich wytycznych sanitarnych, by zakupy odbywały się w sposób komfortowy i bezpieczny – dodaje **Justyna Orzeł**.

Nie chcemy marnować jedzenia

Po zeszłorocznych świętach ponad 1/3 Polaków (38%) stanęła przed koniecznością zrobienia czegoś z niezjedzoną żywnością. – *Przeciwdziałanie marnotrawstwu jedzenia pozostaje dla nas priorytetem, z którym staramy się zmierzyć m.in. poprzez globalny program STOP Marnotrawstwu prowadzony od 2013 roku – zaznacza **Justyna Orzeł**. – W ramach naszej odpowiedzialności społecznej prowadzimy akcje edukacyjne dla klientów oraz firm. To również wspieranie innowacji z tego zakresu, czego przykładem jest tegoroczny grant Fundacji Carrefour dla Kumin.sys, systemu IT dla sektora HoReCa, który umożliwia mierzenie ilości, struktury, przyczyn oraz wartości marnowanego jedzenia, rozwijanego przez firmę Venturis HoReCa.*

W przypadku domowego jedzenia świątecznego najczęstszym rozwiązaniem było dojadanie resztek przez kolejne dni (68%) oraz zamrażanie na potem (55%). Choć wiele osób kojarzy okres świąteczny z transportem słoików z jedzeniem, jedynie 17% respondentów przyznało się do oddania świątecznych potraw. Pomimo rosnącej popularności trendu Zero Waste w

Kontakt dla mediów:

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com



zeszłym roku w co 10. polskim domu jedzenie pozostałe po świętach po prostu wyrzucono do śmieci.

Opracowanie powstało na podstawie badań przeprowadzonych przez Kantar dla Carrefour Polska, 2021, N=3670

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 900 sklepów w 6 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, 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, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada około 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2020 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 78,6 miliarda euro. Grupa liczy ponad 320 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

Kontakt dla mediów:

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com