



Warszawa, 14 czerwca 2021 r.

Inflacja na grillu. Polacy jedzą więcej drobiu oraz warzyw i owoców

Agencja badawcza KANTAR na zlecenie Carrefour Polska przeprowadziła w maju 2022 roku badania preferencji grillowych Polaków. Jak pokazują ich wyniki inflacja już wpłynęła na nasze zachowania, ale niektóre potrawy pozostają w naszych jadłospisach niezmiennie. Na popularności zyskuje drób (+8p.p. rdr), warzywa i owoce (+10p.p. rdr) oraz wegańskie odpowiedniki mięsa (+2p.p. rdr). Obecna sytuacja gospodarcza sprawia, że więcej Polaków planuje utrzymanie wydatków na sezon grillowy na tym samym poziomie lub wręcz ich ograniczenie, dlatego Carrefour rozszerza ofertę marki własnej w asortymencie grillowym.

Co najchętniej wrzucamy na ruszt?

Niezmiennie na grillach Polaków panują dania mięsne, które wybierane są aż przez 86% badanych (1 p.p więcej niż w 2021 roku). Mimo to wśród Polaków postępuje tendencja do zastępowania tych produktów jego alternatywami. Zainteresowanie wegańskimi odpowiednikami mięsa zwiększyło się z 5% w zeszłym roku do 7% obecnie. Ryby i owoce morza są wybierane przez 12% badanych.

Największą zmianę widać jednak w grillowanych warzywach i owocach, które wybiera aż 10% klientów więcej niż w 2021 roku (wzrost z 39% do 49% badanych). Kolejnym asortymentem, który notuje wzrosty zainteresowania Polaków jest drób, którym zainteresowanie wzrosło aż o 8% (z 41% do 49% badanych).

Wpływ inflacji

Połowa badanych na jednorazowe zakupy związane z grillem wydaje nadal od 50 do 100 zł. W porównaniu z rokiem ubiegłym zmniejszyła się jednak liczba osób deklarujących wydatki poniżej 50 zł (21% wskazań), a zwiększyła liczba osób przeznaczających na grilla kwoty w przedziale 100-150 zł (19%) i powyżej 200 zł (5%).

Obecna sytuacja gospodarcza i inflacja sprawiają, że więcej badanych planuje utrzymanie wydatków na sezon grillowy na tym samym poziomie (57% wskazań) lub wręcz ich ograniczenie (28%) w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Festiwal grilla w Carrefour

Obserwując trendy i zwyczaje Polaków, Carrefour przygotował dedykowaną ofertę grillową przed długim weekendem czerwcowym. W dniach 13-15.06 sieć zaoferuje rozszerzony wybór marynowanych mięs i wędlin marki własnej Carrefour, w tym te pochodzące z własnych masarni w sklepach, a także asortyment warzyw i owoców oraz roślinnych odpowiedników dla klasycznych grillowych smaków w atrakcyjnych cenach. Na szczególną uwagę zasługują dania wegańskie przygotowane przez sieć z dostawcami: Dobrą Kalorią, Nielonym czy marką Bezmięsny. Z tą ostatnią firmą Carrefour rozwija unikalny w Polsce

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



projekt lad tradycyjnych z asortymentem na wagę. Hitem tegorocznego czerwcowego grilla ma być wspólnie przygotowana kaszanka wegańska, której cena będzie zbliżona do ceny klasycznej kaszanki. Dzięki temu klienci, którzy do tej pory nie próbowali roślinnych zamienników mięsa, będą mogli skosztować ich również w wersji grillowanej.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 950 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. Więcej informacji o naszej działalności pod adresem serwis@corporation.carrefour.pl, na Twitterze (@CarrefourPolska) oraz LinkedInie (CarrefourPolska).

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada ponad 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2021 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 81,2 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