



Warszawa, 10.03.2023 r.

Carrefour dotychczas przeprowadził reformulację ponad 500 produktów marki własnej i planuje zmiany receptur kolejnych 40 w 2023 roku

Sieć Carrefour pracuje nad redukcją cukru, soli oraz tłuszczów w recepturach swoich produktów marki własnej, a także eliminuje dodatki niepożądane, wychodząc ponad aktualne przepisy prawa w tym zakresie. W 2022 roku dzięki zmianom receptur firma ograniczyła zużycie soli o ponad 3,5 tony, zużycie cukrów o prawie 17 ton oraz zużycie tłuszczu o 656 kilogramów.

Reformulacja produktów marki własnej Carrefour jest ważnym elementem strategii transformacji żywieniowej realizowanej przez sieć. Pozwala ona na zapewnienie najwyższej jakości żywieniowej sprzedawanych produktów i tym samym pozytywny wpływ na zdrowie konsumentów. Według raportu sporządzonego przez Fundację Republikańską, aż 40% ludzi na świecie boryka się z nadwagą, a otyłość określana jest epidemią XXI wieku¹. Reformulacja produktów jest zatem wyzwaniem dla sieci handlowych i dostawców, których celem powinna być walka z szerzącą się otyłością i dbanie o zdrowie konsumentów. Carrefour w ramach zasady „wysoka jakość w przystępnej cenie” konsekwentnie prowadzi reformulację produktów marki własnej poprzez zmniejszanie ilości cukru, soli i tłuszczów, a także eliminując z nich dodatki niepożądane.

Obecne trendy i nawyki konsumenckie pokazują, że klienci przykładają coraz większą wagę do wybieranych produktów. Według raportu ASM Research, aż 79,8% Polaków podczas zakupów najbardziej zwraca uwagę na jakość i skład towarów². Co więcej, aż 73,5% respondentów ocenia, że może zapłacić więcej za produkt, jeśli będzie się on cechował wysoką jakością³.

W wyniku procesu reformulacji realizowanej przez Carrefour, w samym 2022 roku zmieniono skład 70 artykułów, co przełożyło się na zredukowanie zużycia soli o ponad 3,5 tony, zużycie cukru o prawie 17 ton oraz zużycie tłuszczu o 656 kilogramów. Z kolei przez ponad 5 lat trwania procesu reformulacji, udało się firmie zredukować w 500 produktach marki Carrefour zużycie łącznie około 10 ton soli, ponad 35 ton cukru, 1,5 tony tłuszczu. W 2023 roku firma planuje pracę nad 40 kolejnymi produktami spożywczymi.

- *W ostatnim czasie coraz więcej osób zwraca uwagę na skład i jakość nabywanych produktów spożywczych. To dowód, że klienci z każdym rokiem są coraz bardziej świadomi i wymagający. Dlatego wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom konsumentów, stale poszerzając zakres produktów poddanych reformulacji składu. Dzięki temu zwiększamy jakość produktów marki własnej Carrefour i realizujemy*

¹ Źródło: <https://fundacjarepublikanska.org/wp-content/uploads/2021/07/RAPORT-OTYLOSC-do-internetu.pdf>

² Źródło: <https://terazpolska.pl/pl/sondaz>

³ Źródło: <https://terazpolska.pl/pl/sondaz>

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



jeden z kluczowych elementów strategii naszej sieci - mówi Ewa Dźwigacz,
Menedżer Grupy Kategorii Produktowych - Marka Własna

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 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multifformatową siecią, która posiada ponad 14 000 sklepów w ponad 40 krajach. W 2022 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 90,8 miliarda euro. Grupa liczy ponad 350 000 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