



Warszawa, 08.09.2023 r.

Najlepsza wyprawka? Kupiona w jednym miejscu

14 rodzajów zeszytów, 3 rodzaje linijek, 4 rodzaje farb i flamastrów, bloki i teczki – to przykładowa lista zakupów, z którą wracają rodzice z wywiadówek po poniedziałkowym rozpoczęciu roku szkolnego. Nie dziwią więc wyniki badań KANTAR na zlecenie Carrefour Polska, z których wynika, że trzy czwarte klientów ceni sobie możliwość skompletowania całej wyprawki szkolnej w jednym miejscu. Jednocześnie niemal dwie trzecie respondentów uznaje hipermarket jako główny punkt na szkolnej trasie zakupowej.

Echo pierwszego dzwonka już ucichło, dobiega końca pierwszy tydzień szkolnych zmagani. Rozpędza się prawdziwa nauka, której rezultaty lada dzień będą sprawdzane przy tablicach i na klasówkach. Kupione w wakacje elementy wyprawki szkolnej są obecnie weryfikowane na lekcjach i wywiadówkach z rodzicami, którzy bezpośrednio od nauczycieli otrzymują wytyczne dotyczące elementów szkolnych, w które należy jak najszybciej wyposażyć swoje dziecko.

W hipermarkecie jest wszystko

Hipermarket to miejsce, w którym w zasięgu ręki klient znajdzie wszystko, a jedna wizyta pozwoli zrobić zakupy na każdą okazję, także związaną z początkiem roku szkolnego. Ten walor jest istotny dla 77 proc. ankietowanych przez Kantar klientów Carrefour, w badaniu, które zostało przeprowadzone pod koniec wakacji i to właśnie sklepy tej sieci zostały wskazane przez niemal dwóch na trzech respondentów, jako główne miejsce, w którym kupują wyprawkę dla swojej pociechy.

Dlaczego Carrefour?

Prawie połowa pytanych o powód wyboru sklepu, w którym kupują większość artykułów do wyprawki, wskazała korzystne promocje lub wyprzedaże (45 proc.). Jeśli z jakiegokolwiek powodu odwiedzają także inne miejsca niż Carrefour, to jest to zazwyczaj dyskont (22 proc.), lub hipermarket innej sieci.

Co nowego w tym roku?

Potrzeby pierwszoklasistów są jasne: muszą mieć wszystko, począwszy od ołówka, kredek i piórnika, skończywszy na plecaku, stroju na WF i butach na zmianę. Carrefour spytał jednak swoich klientów, czego potrzeba w tym roku pociechom, które idą w tym roku do drugiej lub starszej klasy. Artykuły papiernicze i wszystko, co potrzebne do pisania – czyli to, co najszybciej się zużywa, jest głównym elementem wyprawki starszaków. Takiej odpowiedzi udzieliło 85 proc. badanych.

Co najtrudniej zdobyć?

Zeszyt z designerską okładką, czy z ulubionym bohaterem filmu lub komiksu? To niełatwy wybór, zwłaszcza gdy rodzic pozostawi decyzję dziecku. Czasami okazuje się, że nawet najlepszy, porządny piórnik bez wizerunku Spidermana, Barbie lub postaci z Psiego Patrolu nie będzie zaakceptowany przez ucznia. Wówczas zadanie może stać się trudniejsze, a istnienie takiego zjawiska potwierdzają rezultaty badania Carrefour. Artykuły licencjonowane są najtrudniejsze do zdobycia według 33 proc. ankietowanych. Na drugim miejscu zestawienia wyprawkowych "białych kruków" jest asortyment

Kontakt dla mediów:

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

Michał Kubajek, Senior Manager - Dział Komunikacji Zewnętrznej i PR Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com



wyprodukowany w sposób przyjazny środowisku. Trudnym do zdobycia uznaje go 31 proc. respondentów.

Na szczęście na półkach sklepów Carrefour nie brakuje ani tych pierwszych, ani drugich artykułów. Jeśli po pierwszych dniach szkoły okaże się, że potrzeba czegoś jeszcze, najprawdopodobniej można to dostać w Carrefour. Nawet, jeśli nad ranem okaże się, że na dziś "facetka" kazała przynieść samoprzylepny papier kolorowy i krepinę.

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 multiformatową 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

Michał Kubajek, Senior Manager - Dział Komunikacji Zewnętrznej i PR Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com