



Warszawa, 27.03.2024 r.

Kielecki czy Winiary? Chrzan czy ćwikła? Carrefour odkrywa paragony i sprawdza wielkanocne preferencje Polaków

Carrefour Polska, tuż przed Wielkanocą sprawdził co gości na talerzach Polaków. Wnioski z najnowszej analizy przedświątecznych preferencji zakupowych mogą szokować mieszkańców niektórych regionów. Badanie przeprowadzone w oparciu o dane paragonowe z dwóch, przedświątecznych tygodni ubiegłego roku, rzuca światło na regionalne upodobania konsumentów dotyczące kultowych produktów: majonezu, ćwikły, wyrobów cukierniczych oraz kielbas, nieodłącznych składników wielkanocnych stołów w całej Polsce.

Carrefour to jedna z największych sieci handlowych w Polsce, która posiada swoje sklepy w każdym województwie i niemal każdym formacie rynkowym - od hipermarketów, przez supermarkety, sklepy hurtowo-dyskontowe, osiedlowe, specjalistyczne i sklep internetowy. Sieć ta od wielu lat, m.in. dzięki swojej aplikacji mobilnej, oferuje swoim klientom spersonalizowane promocje odpowiadające im realnym potrzebom zakupowym, wynikającym z wcześniej dokonanych zakupów. Dzięki analizie danych z paragonów, firma ujawniła także, jak wyglądają regionalne upodobania Polaków dotyczące kultowych produktów wielkanocnych: majonezu, ćwikły, wyrobów cukierniczych oraz kielbas.

Majonez: Kielecki czy Winiary?

Analiza Carrefour prezentuje zróżnicowane preferencje majonezowe Polaków. Majonez Kielecki cieszy się szczególną popularnością w regionach południowych Polski, gdzie konsumenci cenią sobie jego tradycyjny smak i recepturę. Zwycięzcą regionalnego "pojedyńku" zakupowego został on w województwie małopolskim, śląskim i - co nie dziwi - świętokrzyskim, gdzie jest najczęściej wybieranym majonezem w sklepach Carrefour. Przez dwa tygodnie poprzedzające ubiegłoroczną Wielkanoc Polacy kupili w sklepach Carrefour łącznie ponad 40 tys. litrów tego majonezu (w słoikach o różnej objętości). Z kolei Majonez Winiary dominuje na północy i zachodzie kraju. Najchętniej kupowano go w województwach: mazowieckim, dolnośląskim i pomorskim gdzie odpowiednio było to ok 13 tys., 10 tys. i 6 tys. litrów. Ogólnie rzecz biorąc, w okresie przedświątecznym sprzedaż obu marek majonezu znacząco wzrasta, co świadczy o ich niezmiennym miejscu na polskich stołach wielkanocnych.

W Carrefour dokładamy wszelkich starań, aby zaspokoić przedświąteczne potrzeby klientów, dostosowując ofertę do ich upodobań. Nasze zaangażowanie w analizę i zrozumienie preferencji zakupowych, pozwala nam dostarczać produkty, które najbardziej odpowiadają oczekiwaniom konsumenta. Jesteśmy dumni, że możemy być częścią wielkanocnych tradycji naszych klientów, oferując im szeroki

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



*wybór produktów, w tym między innymi majonezu, który - jak wynika z naszych danych - jest nieodłącznym elementem wielu wielkanocnych dań i posiłków — mówi **Piotr Lubiewa-Wieleżyński, Dyrektor Działu Rozwoju Sprzedaży w Carrefour Polska.***

Regionalne upodobania do chrzanu i ćwikły

W dwa tygodnie przed Świętami Wielkanocnymi 2023, Polacy kupili w sklepach Carrefour blisko 200 tys. słoików chrzanu. Co szczególnie ciekawe, w samym Krakowie, który – jak wynika z danych Carrefour – jest krajowym liderem spożycia tego pikantnego przysmaku, sprzedało się ponad 11 proc. tej liczby (ok. 22 tys. słoików). Jeśli chodzi o ćwikłę, dane Carrefour wskazują na jej niezachwianą popularność w centralnej Polsce, szczególnie w województwie mazowieckim, gdzie mieszkańcy chętnie sięgają po ten produkt jako dodatek do wielkanocnych potraw. Podobnie jest w Szczecinie. Trzy tamtejsze hipermarkety oraz supermarket Carrefour sprzedały w przedświątecznym, wiosennym okresie ubiegłego roku prawie 3 tys. słoików, co również stanowi niemal 10 proc. krajowego wolumenu sprzedaży ćwikły w tym czasie.

Do żurku kielbasa - nie tylko biała

W polskim żurku i na świątecznym śniadaniu nie może zabraknąć kielbasy. Widać to wyraźnie w analizowanych przez Carrefour zakupach, według których w zeszłym roku Polacy kupili na święta Wielkanocne prawie 9 ton białej kielbasy. Największymi fanami tego mięsnego przysmaku okazali się mieszkańcy województwa mazowieckiego, którzy odpowiadają za niemal 25 proc. ogólnopolskiej sprzedaży tej kielbasy. Na podium z bardzo podobnym wynikiem znajdziemy także województwo śląskie (1,1 tony) i dolnośląskie (1 tona). Polacy coraz częściej sięgają jednak po bezmięsne zamienniki świątecznych przysmaków. W badanym okresie klienci Carrefour w 2023 roku kupili 642 kilogramy vege kielbasy, a zdecydowanymi fanami roślinnych świąt okazali się po raz kolejny mieszkańcy Mazowsza. Co zaskakuje, najwięcej w całej Polsce, bo aż 55 kg vege kielbas sprzedanych zostało w hipermarkecie we Wrocławiu, co stanowi 54 proc. sprzedaży w całym województwie dolnośląskim.

Na świąteczny deser mazurek i makowiec

Ciasto dobre, ale czy nie za słodkie? Nie tyczy się to najwyraźniej Świąt Wielkanocnych kiedy Polacy wybierają klasycznego kajmakowego mazurka. Słodka karmelowa tarta to wybór większości klientów Carrefour. Przed zeszłorocznymi świętami klasycznych mazurków w opakowaniach po 300 g sprzedało się 6,5 tony, co na głowę bije inne klasyczne ciasto, jakim jest drożdżowa babka (2,8 tony). Na drugim miejscu słodkiego podium znajduje się, kojarzony często z Bożym Narodzeniem, makowiec, którego Polacy, a w szczególności mieszkańcy Mazowsza i Małopolski jedli niemal tak samo często jak mazurka (5,6 tony sprzedanych w całej Polsce).

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



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