



Warszawa, 07.03.2025 r.

Nowa strategia Carrefour Polska - sieć zaoferowała na stałe ponad 500 podstawowych produktów w cenach wyrównanych do najniższych cen konkurencji

Wraz z początkiem marca br., Carrefour Polska wdraża kolejny etap swojej nowej strategii na polskim rynku. Sieć zmienia politykę cenową i uruchamia stały monitoring cen regularnych ponad 500 podstawowych produktów, aby zaoferować je swoim klientom w cenach wyrównanych do najniższych, które mogą znaleźć w największych konkurencyjnych sieciach handlowych.

Carrefour Polska kontynuuje zmianę swojej strategii w Polsce. Działając w trudnych warunkach rynkowych, w których dla klientów najważniejszym kryterium wyboru pozostaje cena, firma zmodyfikowała swoją politykę cenową wdrażając stały monitoring cen regularnych ponad 500 podstawowych produktów spożywczych, kosmetyków i chemii domowej, aby zaoferować je w cenach wyrównanych do najniższych cen w sklepach konkurencji. Monitoring cen prowadzony jest regularnie w całej Polsce i obejmuje produkty brandowe oraz marek własnych.

- *Jednym z kluczowych elementów nowej strategii Carrefour Polska jest poprawa przystępności cenowej. W ubiegłym roku intensywnie pracowaliśmy nad zwiększeniem konkurencyjności w kluczowych kategoriach i zmianą strategii marketingowej, by budować lojalność klientów oraz oferować atrakcyjniejsze promocje. Teraz idziemy o krok dalej – inwestujemy w nową politykę cenową, dzięki której nasi klienci mają pewność, że w Carrefour 500 podstawowych produktów zawsze kupią w najniższych cenach dostępnych na rynku - mówi **Robert Stupak, członek zarządu, dyrektor marketingu, e-commerce, polityki cenowej i IT w Carrefour Polska.** Wprowadzamy stały monitoring cen i dostosowujemy je do najniższych dostępnych na rynku, dając Polakom realną alternatywę dla dyskontów. Oznacza to, że w Carrefour klienci zawsze kupią w najniższej cenie dostępnej na rynku, ale zyskają znacznie więcej: dziesięciokrotnie większy wybór produktów, szerokie i wygodne alejki zakupowe, profesjonalną obsługę oraz liczne atrakcje i animacje organizowane wspólnie z naszymi dostawcami. Chcemy, aby zakupy w Carrefour były przyjemnym doświadczeniem, a nie tylko codziennym obowiązkiem - dodaje **Robert Stupak.***

Wśród monitorowanych produktów znalazły się kluczowe kategorie rynkowe, takie jak m.in. pieczywo, nabiał (m.in. masło, mleko, jogurty, jaja), wędliny, ryże i makarony, herbaty i kawy, słodkie i słone przekąski, cukier, dania gotowe, napoje, kosmetyki oraz

Kontakt dla mediów:

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

Michał Kubajek, Dział Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com



chemia domowa. Carrefour o swoich działaniach cenowych informuje w ogólnopolskiej kampanii pod hasłem: "500 cen równamy do najniższych".

Nowa strategia Carrefour Polska w obszarze cen, oparta jest na założeniach argentyńskiego modelu Maxi, będącego jednym z głównych filarów globalnego planu Grupy Carrefour, pt. "Carrefour 2026". W jego ramach, w 2024 roku sieć obniżyła ceny niemal 3000 produktów spożywczych i przemysłowych w kluczowych kategoriach rynkowych, a także zmieniła w Polsce, tzw. cykl promocyjny, czyli częstotliwość wydawania gazetek handlowych, aby zaoferować klientom głębsze i bardziej atrakcyjne promocje. Filarem nowego pozycjonowania cenowego sieci jest również rozwój platformy lojalnościowej "Mój Carrefour". Dzięki niej stali klienci tej sieci regularnie płacą mniej - posiadacze karty PAYBACK mogą wymieniać punkty na zakupy, seniorzy korzystają z 10% zniżki we wtorki i czwartki, a osoby regularnie robiące zakupy z aplikacją, otrzymują spersonalizowane rabaty i promocje specjalne.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 850 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.

Dzięki multiformatowej sieci ponad 14 000 sklepów w 40 krajach, Grupa Carrefour jest jednym z wiodących sprzedawców żywności na świecie. W 2023 r. sieć odnotowała sprzedaż na poziomie 94,1 miliarda euro. Grupa Carrefour zatrudnia obecnie ponad 300 000 pracowników w sklepach zintegrowanych, którzy pomagają uczynić markę światowym liderem w transformacji żywności dla wszystkich, oferując codziennie żywność wysokiej jakości, dostępną i w rozsądnej cenie. Pod szyldami Carrefour na całym świecie pracuje ponad 500 000 osób. Więcej informacji o Carrefour można uzyskać na stronie www.carrefour.com lub na Twitterze (@news_carrefour) oraz LinkedIn (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, Dział Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com