



Warszawa, 21.01.2025 r.

Carrefour na ostro - sieć wprowadza do oferty super pikantne produkty viralowe

Odpowiadając na rosnącą popularność ostrych smaków i viralowych wyzwań w mediach społecznościowych, Carrefour Polska rozszerza ofertę pikantnych produktów w swoich sklepach. Od stycznia 2026 r. w strefach C4ndyland w całej Polsce klienci znajdą blisko 30 produktów o różnym poziomie ostrości - od 100 do nawet 1,5 miliona w skali Scoville'a. Asortyment został przygotowany z myślą o fanach intensywnych doznań smakowych oraz rosnącej społeczności polskich ostrożerców.

Rozszerzenie asortymentu pikantnych produktów jest odpowiedzią sieci na globalny trend Spicy Challenge, który od kilku lat dominuje w mediach społecznościowych, takich jak TikTok czy Instagram. Konsumenci coraz częściej sięgają po produkty inspirowane internetowymi wyzwaniami, oczekując nie tylko smaku, ale także emocji i możliwości dzielenia się doświadczeniem.

Nowej ofercie towarzyszy Hot Challenge, akcja specjalna realizowana w strefach C4ndyland, która podkreśla charakter nowości i zachęca klientów do testowania własnych granic ostrości. Odpowiada ona także na stale rosnącą społeczność polskich ostrożerców, czyli osób którzy biorą udział w coraz popularniejszych w naszym kraju ogólnopolskich konkursach jedzenia ostrych produktów.

Blisko 30 gorących nowości tylko na czas akcji

Na potrzeby Hot Challenge oferta C4ndyland zostaje rozszerzona do 28 unikalnych produktów, dostępnych wyłącznie w trakcie trwania akcji. Wśród nich znajdują się [m.in.](#) limitowane edycje ostrych przekąsek z różnych zakątków świata, produkty o stopniowanej skali ostrości – od „znośnych” po naprawdę „ekstremalne”, a także propozycje idealne do wspólnego testowania i podejmowania wyzwań w gronie znajomych.

– Carrefour Polska, w ramach swojej autorskiej strefy C4ndyland, rozwija asortyment produktów dla klientów, którzy szukają nietypowych smaków i nowych doświadczeń zakupowych. Hot Challenge to odpowiedź na bardzo wyraźny trend, który od dłuższego czasu obserwujemy w mediach społecznościowych. Widzimy, że coraz więcej klientów chętnie uczestniczy w viralowych wyzwaniach znanych z TikToka czy Instagrama, a doświadczenia smakowe traktują jak sposób na budowanie relacji i tworzenie treści. Hot Challenge wpisuje się w ten kierunek, oferując produkt, który nie tylko smakuje, ale również angażuje i zachęca do wspólnej zabawy – mówi Sylwester Mroczek, Manager Działu Rozwoju Formatów i Konceptów Handlowych w Carrefour Polska.

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



Specjalna Strefa Hot Challenge

Wszystkie nowości zostaną zebrane w dedykowanej, wizualnie wyróżnionej Strefie Hot Challenge w C4ndyland. Klienci znajdą tam nie tylko produkty, ale także opisy poziomów ostrości, inspiracje do wyzwań oraz artykuły, które pomogą „ugasić pożar” w ustach po degustacji.

Carrefour Polska realizując akcje takie jak Hot Challenge, łączy ofertę produktową z rozrywką, trendami i realnym zaangażowaniem konsumentów. Zmieniające się potrzeby klientów - szczególnie młodszych pokoleń, które coraz częściej szukają produktów dających emocje, zabawę i możliwość dzielenia się doświadczeniami w mediach społecznościowych.

Carrefour Polska chce być liderem tych zmian, odpowiadając na nowe potrzeby klientów poprzez innowacyjne koncepty i angażujące inicjatywy. Carrefour był pierwszą siecią, która odpowiedziała na te oczekiwania, tworząc m.in. C4ndyland, Active Food, strefy zero alko oraz wiele innych nowatorskich rozwiązań. Takich zmian w handlu nie zobaczy się w sieciach dyskontów a jedynie w Hipermarketach i supermarketach które dbają o wybór autentyczność podążając za trendami rynkowymi.

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