



Warszawa, 04.03.2025 r.

Koniec z klatką - Carrefour wycofał jaja "trójki" ze swoich sklepów oraz składów produktów marki własnej w Polsce

Carrefour Polska zakończył proces realizacji swojego długofalowego zobowiązania dotyczącego wycofania ze sprzedaży jaj świeżych z chowu klatkowego ze wszystkich swoich sklepów własnych. Sieć wyeliminowała tzw. jaja „trójki” z asortymentu jaj świeżych marki własnej oraz dostawców brandowych, a także usunęła je ze składów produktów Carrefour dostarczanych w ramach kontraktów zawieranych przez firmę lokalnie.

Realizacja tego zobowiązania jest konsekwencją długofalowych działań sieci w obszarze dobrostanu zwierząt oraz odpowiedzialnego handlu. Carrefour od lat zapowiadał w Polsce odejście od chowu klatkowego i systematycznie realizował kolejne etapy tego procesu - najpierw w marce własnej, w której zobowiązanie w zakresie jaj świeżych udało się zrealizować już w 2020 roku, a następnie w całej ofercie jaj świeżych brandowych od dostawców zewnętrznych, dostępnych we wszystkich sklepach własnych sieci w Polsce. Firmie udało się także wyeliminować składniki z jaj klatkowych w 100% produktów marki własnej dostarczanej w ramach kontraktów zawieranych przez Carrefour Polska oraz w 80% produktów marki własnej zamawianych z Grupy Carrefour.

– *Bardzo cieszymy się, że wspólnie z dostawcami, udało nam się zrealizować zobowiązanie dotyczące całkowitego wycofania ze sprzedaży świeżych jaj z chowu klatkowego oraz ze składów produkowanych w Polsce marek własnych. Jest to bardzo ważny krok Carrefour Polska w ramach realizowanej strategii transformacji żywieniowej oraz programu konkretnych działań Act For Food. Cieszymy się, że sukces naszej inicjatywy będzie promował na polskim rynku bardziej odpowiedzialne standardy produkcji żywności, w tym te dotyczące podnoszenia dobrostanu kur niosek – mówi **Barbara Kowalska, Dyrektor ds. Jakości i Zrównoważonego Rozwoju Carrefour Polska**. Co ważne, nasze działania wpisują się również w rosnące oczekiwania polskich konsumentów, którzy coraz częściej zwracają uwagę na jakość i pochodzenie produktów, a także na warunki produkcji kupowanej przez siebie żywności – dodaje **Barbara Kowalska**.*

Jaja z chowu klatkowego zostały już całkowicie wycofane ze wszystkich hiper- i supermarketów własnych Carrefour w Polsce, a także z oferty sklepu internetowego carrefour.pl. O planowanych zmianach dostawcy sieci zostali poinformowani z kilkuletnim wyprzedzeniem, co pozwoliło im zaplanować proces w czasie. Działania sieci w tym obszarze objęły łącznie kilkudziesięciu jej partnerów biznesowych.

Carrefour Polska aktywnie zachęca do podobnych działań również swoich franczyzobiorców, w których sklepach możliwe jest jeszcze znalezienie jaj "trójek",

Kontakt dla mediów:

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

Michał Kubajek, Manager ds. Komunikacji Zewnętrznej Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com



ponieważ jako indywidualni przedsiębiorcy i zgodnie z zawartymi umowami, mogą dokonywać zakupów towarów z zewnętrznych źródeł, również spoza sieci dystrybucyjnej Carrefour Polska.

Równoległe z wycofywaniem jaj klatkowych, Carrefour Polska rozwija ofertę jaj pochodzących z alternatywnych systemów chowu, w tym jaj z chowu ściółkowego, wolnowybiegowego oraz ekologicznego, m.in. w ramach oferowanych linii marki własnej Carrefour BIO czy produktów zrównoważonych z logo "Jakość z Natury".

Działania Carrefour Polska wpisują się w realizowaną od 2018 roku w Polsce strategię transformacji żywieniowej oraz globalny program Act For Food, którego celem jest ułatwienie klientom dostępu do żywności wysokiej jakości, produkowanej w sposób bardziej zrównoważony i odpowiedzialny. Carrefour podkreśla, że wycofanie jaj z chowu klatkowego nie jest końcem zmian, lecz elementem szerszego procesu obejmującego m.in. rozwój oferty produktów świeżych, żywności roślinnej, ograniczanie plastiku oraz przeciwdziałanie marnowaniu jedzenia.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce blisko 800 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, osiedlowych 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 blisko 40 krajach, Grupa Carrefour jest jednym z wiodących sprzedawców żywności na świecie. W 2025 r. sieć odnotowała sprzedaż na poziomie 91,48 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, Manager ds. Komunikacji Zewnętrznej Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com