



Warszawa, 02.04.2026 r.

700 kilometrów żelków i 70 ton przyjemności w Carrefour.

Żelki przestały być tylko dziecięcą przekąską. Najnowsza akcja Carrefour pokazuje, że jest to jeden z najbardziej trendujących segmentów rynku spożywczego – pełen innowacji, nostalgii i... zaskakujących liczb.

Od 16 lutego Carrefour realizował w swoich sklepach akcję, pt. „Dzień Żelek”, podczas której w sprzedaży znalazło się niemal 400 różnych rodzajów żelek – od klasycznych smaków po najnowsze rynkowe trendy. Efekt? Tylko w Carrefour Polacy kupili ponad 70 ton tego rodzaju słodkich przekąsek. To liczba, która robi wrażenie. dyby wszystkie sprzedane żelki ułożyć jeden za drugim, powstałby kolorowy łańcuch o długości aż 700 kilometrów – niemal tyle, ile wynosi odległość z Zakopanego do Gdańska. Łącznie sprzedano około 35 milionów sztuk, co oznacza, że niemal każdy mieszkaniec Polski mógłby dostać swoją porcję.

Nowe trendy: żelki wchodzą na wyższy poziom

Dzisiejszy rynek żelek to coś więcej niż klasyczne misie. Konsumenci coraz częściej sięgają po produkty innowacyjne: wielowarstwowe, piankowe czy z płynnym nadzieniem. Dużą popularnością cieszą się także żelki „obierane” oraz tzw. mega żele.

Jednocześnie rośnie znaczenie kategorii funkcjonalnych – najszybciej rozwijają się żelki wegańskie (na bazie pektyn zamiast żelatyny) oraz produkty bez dodatku cukru.

Słodka nostalgia i biurowy comfort food

Żelki coraz częściej trafiają do koszyków dorosłych konsumentów. Dla wielu są formą tzw. „comfort food” czyli sposobem na chwilę relaksu i powrotu do beztroskich czasów dzieciństwa. Ich unikalna konsystencja sprawia, że samo żucie działa relaksująco i może wspierać redukcję stresu.

Nic dziwnego, że żelki zyskały nową rolę - jako przekąska biurowa czy alternatywa dla deseru.

Polacy kochają dzielić się słodyczami

Duże opakowania (powyżej 175 g) stanowią znaczną część sprzedaży, co potwierdza, że żelki to produkt społeczny – idealny do dzielenia się w aucie, kinie czy podczas spotkań ze znajomymi.

Wśród ulubionych wariantów królują hybrydy – żelki łączące owocową warstwę z puszystą pianką. To tzw. „dwuwarstwowe doświadczenie” stało się jednym z najczęściej wybieranych przez konsumentów.

Kontakt dla mediów:

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

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



Smaki, które rządzą

Choć klasyczne, słodkie warianty nadal dominują, dużą popularność zdobywają również żelki kwaśne. Wśród smaków wyróżnia się cola jako lider kategorii „nienaturalnie owocowej”. W klasyce królują truskawka i malina, natomiast coraz większe zainteresowanie budzą egzotyczne nuty - takie jak mango czy ananas, napędzane popularnością miksów tropikalnych.

Akcja Carrefour pokazuje jasno: żelki przeżywają swój renesans. To już nie tylko słodczy, ale dynamiczna kategoria, która łączy innowację, emocje i styl życia współczesnych konsumentów.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ok. 750 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 blisko 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 platformie X (@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 Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com