



Warszawa, 26.06.2025 r.

Carrefour rewolucjonizuje rynek zoologiczny w Polsce - sieć otwiera w sklepach nowy koncept handlowy z ofertą jakości weterynaryjnej

Carrefour Polska zaprezentował właśnie nowy koncept handlowy dla kategorii zoologicznej. Sieć rozszerzyła swój asortyment do ponad 2500 produktów, w tym o blisko 1000 nowości, uzupełniając popularne segmenty żywienia i pielęgnacji zwierząt o najwyższej jakości produkty specjalistyczne – rekomendowane przez weterynarzy, a dostępne dotychczas głównie w przychodniach oraz wyspecjalizowanych sklepach. Nowy koncept sieci wyróżnia nie tylko szerokość oferty, ale także konkurencyjne ceny.

Carrefour Polska inwestując w rozbudowę oferty zoologicznej chce zmienić sposób postrzegania hipermarketów – z miejsca zakupów podstawowej karmy dla pupili, na profesjonalny, wielomarkowy „sklep zoologiczny” dostępny przy okazji codziennych zakupów. Nowo otwarty koncept pod nazwą „Zookątek” został stworzony zarówno dla klientów poszukujących podstawowej karmy i kosmetyków dla zwierząt, ale również świadomych opiekunów, którzy oczekują wygody i szerokiego wyboru profesjonalnych produktów o jakości weterynaryjnej w jednym miejscu.

Karmy premium i specjalistyczne – szeroki wybór w jednym miejscu

W nowej odsłonie kategorii zoologicznej w Carrefour kluczową rolę odgrywają karmy specjalistyczne, weterynaryjne i premium. Sieć wprowadziła do oferty marki dotychczas dostępne głównie w lecznicach i sklepach internetowych. W portfolio znalazły się m.in. Brit Care, Taste of the Wild, Josera, Royal Canin, Animonda, Piper, Rafi oraz linie weterynaryjne 4vets Gastro i Hepatic. Wśród nowości dostępne są także dynamicznie rozwijające się marki premium, takie jak Bult i Bulti, a także bezzbożowa linia Optivital. Dzięki temu klienci mogą dobrać produkty odpowiadające konkretnym potrzebom zdrowotnym i żywieniowym swoich zwierząt.

Przysmaki i budowanie relacji z pupilem

Rozbudowana została również strefa przysmaków, odpowiadająca na rosnący trend nagradzania i wzmacniania więzi ze zwierzęciem. Oferta obejmuje zarówno klasyczne formy, jak i nowoczesne rozwiązania funkcjonalne i sensoryczne. W asortymencie znajdują się m.in. przysmaki wspierające określone potrzeby, produkty do zlizywania, liofilizowane przekąski oraz szeroki wybór chrupków i pasztetów. Tak skomponowana oferta pozwala nie tylko urozmaicić dietę pupila, ale również wspierać jego aktywność i rozwój.

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



Pielęgnacja i zdrowie – więcej niż podstawowa higiena

Z kolei nowa kategoria dynamicznie rosnącego segmentu "petcare" wyraźnie rozszerza podejście do pielęgnacji zwierząt. W ofercie pojawiły się kosmetyki premium, w tym specjalistyczne szampony dopasowane do rodzaju okrywy włosowej oraz mgiełki zapachowe i perfumy dla psów. Dostępne są także produkty wspierające codzienną profilaktykę: preparaty do higieny jamy ustnej, środki przeciwpasożytnicze oraz specjalistyczne rozwiązania do pielęgnacji oczu i uszu. Dzięki temu klienci mogą kompleksowo zadbać o zdrowie swoich zwierząt bez konieczności szukania produktów w wielu różnych miejscach.

Aksesoria i zabawki nowej generacji

Transformacja oferty Carrefour objęła również segment akcesoriów i zabawek. Wśród nowości znajdują się m.in. produkty stymulujące rozwój intelektualny, takie jak interaktywne zabawki i puzzle dla psów i kotów. Na sezon letni przygotowano także rozwiązania chłodzące – maty oraz zabawki pomagające zwierzętom radzić sobie z wysokimi temperaturami. Uzupełnieniem są produkty o charakterze lifestylowym, w tym designerskie legowiska oraz kolekcje inspirowane popularnymi postaciami.

Oferta dla wszystkich zwierząt

Nowa odsłona kategorii zoologicznej Carrefour nie ogranicza się wyłącznie do psów i kotów. Sieć rozwija także segment dla mniejszych zwierząt, obejmujący karmy, przekąski i akcesoria dla gryzoni, ptaków i ryb akwariowych. Dzięki temu klienci mogą w jednym miejscu zaopatrzyć się w produkty dla różnych pupili, bez konieczności odwiedzania wyspecjalizowanych sklepów.

Działania promocyjne i nowa strategia cenowa

Ofertę zoologiczną, podobnie jak i inne asortymenty dostępne w Carrefour, objęła również nowa strategia promocyjna sieci. Jest ona wspierana m.in. przez mechanizmy promocyjne, takie jak wielosztuki, np. „5+5 gratis”, „3+3 gratis” czy „2+1 za 1 grosz”, a także objęta dodatkowymi rabatami dostępnymi w aplikacji Mój Carrefour czy programie PAYBACK.

Strategia cenowa opiera się z kolei na założeniu, że produkty dostępne w sklepie stacjonarnym muszą być konkurencyjne wobec oferty internetowej. W połączeniu z wygodą zakupów przy okazji codziennych wizyt w markecie oraz natychmiastową dostępnością towaru tworzy to nową jakość w zakupach kategorii zoologicznej.

Wszystkie produkty dostępne w ramach nowej oferty Carrefour dostępne są w najnowszym katalogu promocyjnym sieci, dostępnym pod linkiem: <https://www.carrefour.pl/gazetka-handlowa/6860>

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



O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 700 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów 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 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 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