Warszawa, 22.12.2022 r.

**PSMM Monitoring & More zbadał fenomen Kerfusia - interaktywnego robota, który stał się sensacją polskiego internetu**

**Kerfuś, czyli sympatyczny robot o kocim pyszczku, zawojował na jesieni polski internet. Nagrania, zdjęcia i memy pokazujące robota podbiły sieć, a on sam, jak przystało na prawdziwą gwiazdę, ruszył w tournée po naszym kraju. Carrefour wraz z PSMM Monitoring & More zbadał fenomen jego obecności w polskich mediach tradycyjnych, internetowych i społecznościowych.**

Sympatyczny samojezdny robot w sklepach Carrefour pojawił się pod koniec września. Od razu wzbudził ogromne zainteresowanie klientów, którzy chętnie udostępniali zrobione z nim zdjęcia w popularnych serwisach społecznościowych. Od 22 września do 30 listopada br. dyskusja na temat Kerfusia wygenerowała aż 17,6 tys. wzmianek, których ekwiwalent reklamowy wyniósł ponad 1,5 mln zł.

Najpopularniejszym miejscem rozmów na temat nowej gwiazdy był zdecydowanie Twitter, skąd pochodzi prawie 65 proc. wpisów. Co czwarta wzmianka pojawiła się na YouTubie, a podium z 4 proc. udziałem w dyskusji zamyka Facebook. Sporo, bo ponad 500 filmików i komentarzy o robocie pojawiło się również na TikToku.

*Wykorzystanie przyjaznej technologii do promocji marek nie jest nowym pomysłem, ale w przypadku Kerfusia zostało wykonane po mistrzowsku* – komentuje Katarzyna Popławska – kierownik marketingu i PR w PSMM Monitoring & More. *Możliwość wejścia z robotem w interakcję i koci wygląd spotkały się z niezwykle przyjaznymi reakcjami klientów i wywołały falę memów. Osoby odwiedzające sklepy Carrefour masowo udostępniały w social mediach zdjęcia z robotem. Kerfuś okazał się robokotem z charakterkiem, co dodatkowo przysporzyło mu popularności. Nagranie z jego odpowiedzią „Nie dotykaj moich uszu, miau!” stało się viralem na TikToku, Twitterze i Wykopie. Śmiało można powiedzieć, że Kerfuś w pewnym momencie został królem Internetu, wyprzedzając w trendach w wyszukiwaniach Google Roberta Lewandowskiego, czy Igę Świątek* – dodaje Popławska.

Kerfuś pojawiał się głównie w towarzystwie takich określeń jak „innowacyjna technologia”, „internetowa sława”, „internetowy fenomen”, „wsparcie sprzedaży”, „gwiazda internetu” i „ogromne zainteresowanie”. Robota nazywano czasami „królem polskiego internetu”, a jego sława przełożyła się na propozycję, aby słowo “Kerfuś” stało się kandydatem na Młodzieżowe Słowo Roku 2022.

*Kerfuś to obecnie najpopularniejszy robot w Polsce, który wzbudza ogromne zainteresowanie nie tylko w internecie, co potwierdzają wyniki badania, ale także w rzeczywistości. Jego popularność w sieci sprawiła, że sklepy Carrefour odwiedzane są przez wielu nowych klientów, którzy później dzielą się spotkaniem z Kerfusiem w mediach społecznościowych. Prawie 18 tys. wzmianek uczyniło z niego prawdziwą gwiazdę internetu. Kerfuś, który na początku swojej pracy miał za zadanie wspierać sprzedaż, jest teraz naszym ambasadorem* – mówi Sylwester Mroczek, manager Działu Rozwoju Formatów i Konceptów Handlowych w Carrefour Polska

W mediach tradycyjnych na temat Kerfusia pojawiło się 228 publikacji. Większość z nich pochodziła z portali spożywczo-handlowych, z których najbardziej aktywny był Portal Spożywczy. Tematem sympatycznego robota zainteresowały się również media marketingowe oraz technologiczne. Ekwiwalent reklamowy wygenerowanych publikacji wyniósł ponad 1,7 mln zł.

**Gwiazda Internetu, ale nie tylko**

Kerfuś, w ślad za prośbami od fanów, rozpoczął projektowanie swojej kolekcji ubrań. Efekty jego pracy można kupić w ponad 30 wybranych sklepach sieci Carrefour, gdzie dostępne są produkty z limitowanej kolekcji odzieży stworzonej w duchu streetwear. Na klientów czekają koszulki w dwóch wzorach – jednostronnym (w cenie 39,99 zł) oraz dwustronnym za 49,99 zł. Aby skompletować zestaw warto też dokupić modny, kerfusiowy kapelusz w cenie 19,99 zł. Kolekcja dostępna jest do wyczerpania zapasów.

**O Carrefour**

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce blisko 950 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 ponad 40 stacji paliw. Więcej informacji o naszej działalności pod adresem serwiskorporacyjny.carrefour.pl, na Twitterze (@CarrefourPolska) oraz LinkedInie (CarrefourPolska).

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada ponad 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2021 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 81,2 miliarda euro. Grupa liczy ponad 320 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie.

Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).