

**TISKOVÁ ZPRÁVA**

Praha, 3. ledna 2019

## **Penny Market pokračuje v kampani proti plýtvání: přestane nabízet jednorázové plastové tašky**

Obchodní řetězec Penny Market v tomto roce již nenaskladní žádnou jednorázovou plastovou tašku. Doprodá stávající zásoby a místo nich nabídne tašky pro opakované použití z alternativních materiálů. Sortiment doplní také o sáček na ovoce, zeleninu či pečivo pro opakované použití. Společnost, jejíž dlouhodobou strategií je boj proti plýtvání, tímto zahajuje novou kampaň. Jejím cílem je omezení spotřeby jednorázových plastů. Zákazníky Penny Marketu na změnu upozorní také kampaň se známými osobnostmi, které snahu obchodního řetězce v boji proti nadměrnému používání plastů podpořily. Jsou mezi nimi skupina Lucie, Ivana a Karel Gottovi, Monika a Leoš Marešovi, Taťána Vilhelmová a Vojtěch Dyk nebo trio 3v1.

*„Doprodej skladových zásob jednorázových plastových tašek očekáváme v prvních týdnech tohoto roku. Jako silný obchodní řetězec s nejširší sítí prodejen chceme touto strategií aktivně přispět ke snížení spotřeby jednorázových plastů v České republice,“* říká jednatel Penny Marketu Martin Peffek.

Penny Market bude nově nabízet pouze tašky pro opakované použití z těchto materiálů: papír, bavlna, polyester. Tyto materiály zvolil Penny Market na základě nezávislé studie realizované Fakultou technologie ochrany prostředí VŠCHT Praha. Společně s taškami pro opakované použití začne nabízet Penny Market jako první z obchodních řetězců na českém trhu takzvané *ovosáčky*: pytlíky na ovoce, zeleninu či pečivo na opakované použití. *„Naše zákazníci chceme prostřednictvím dlouhodobé kampaně motivovat k tomu, aby naše nové tašky a ovosáčky opakovaně používali, a tím snižovali zátěž na životní prostředí,“* doplňuje Martin Peffek.

Kroky Penny Marketu oceňují i na ministerstvu životního prostředí. *„Jsme rádi, že ani Penny Marketu není životní prostředí lhostejné a připojil se k naší kampani proti jednorázovým plastům #dostbyloplastu. Věříme, že se k nám, a k odpovědnému chování a omezování používání jednorázových plastů připojí co nejširší veřejnost,“* říká Richard Brabec, ministr životního prostředí České republiky.

Penny Market své zákazníky na změnu upozorní prostřednictvím kampaně se známými osobnostmi, které podporují myšlenku dlouhodobého omezování použití jednorázových plastů. Do kampaně se zapojili: skupina Lucie, Ivana a Karel Gottovi, Monika a Leoš Marešovi, Taťána Vilhelmová a Vojtěch Dyk nebo trio 3v1. Ti všichni speciálně pro Penny Market vytvořili design limitované edice látkových tašek, kterým vtiskli svůj jedinečný rukopis. Tašky z této edice budou k dostání pouze do 30. ledna za 29,90Kč + 5 bodů (1 bod= nákup za 200 Kč). Kampaň za snižování spotřeby jednorázových plastů a spolupráce se známými osobnostmi bude komunikována prostřednictvím TV spotů, OOH, tištěné i on-line reklamy a na sociálních sítích.

#### **O PENNY ČR**

Společnost Penny Market s.r.o. je dceřinou společností mezinárodního obchodního řetězce REWE, který je jednou z největších světových obchodních společností. Na český trh vstoupil Penny Market před 21 lety, tedy v roce 1997, a zaměřil se na rozvoj nových prodejen v regionech. Díky tomu dnes provozuje 380 prodejen, což je nejširší síť v ČR, a poskytuje práci více než 5 500 zaměstnanců. Pravidelně slaví úspěchy v programu Volba spotřebitelů a svým zákazníkům nabízí věrnostní program PENNY karta.