



Warszawa, 21 marca 2018 r.

## W Carrefour „procenty tylko na dowód”

**W pierwszy dzień wiosny Carrefour Polska rozpoczyna nową kampanię społeczną w swoich sklepach. Wspólnie z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem „RoPSAN” – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim, sieć prowadzi działania edukacyjno-informacyjne skierowane do pracowników sklepów i klientów, mające na celu efektywnie zapobiegać sprzedaży alkoholu nieletnim.**

21 marca to nie tylko pierwszy dzień astronomicznej wiosny, ale także „nieformalny” Dzień Wagarowicza. Wiele młodych osób stara się go spędzić z dala od szkoły, niejednokrotnie próbując sięgać po używki, co może prowadzić do wielu niebezpiecznych sytuacji. W celu skutecznego zapobiegania sprzedaży wyrobów alkoholowych nieletnim, Carrefour Polska postanowił poszerzyć współpracę z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem „RoPSAN” – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim. Sieć rozpoczęła kampanię edukacyjno-informacyjną skierowaną nie tylko do klientów, ale także do pracowników sklepów, na których spoczywa duża odpowiedzialność.

*– Dziękujemy firmie Carrefour Polska, że od kilku lat z troską i odpowiedzialnością traktuje problem sprzedaży alkoholu nieletnim i wspólnie z nami stara się szkolić oraz monitorować postawy i zachowania swoich kasjerów. Widzimy pozytywne efekty tych działań i mamy nadzieję, że coraz częściej będą je widzieć także klienci sklepów Carrefour, zwłaszcza rodzice dorastających nastolatków – mówi Bogusław Prajsner, przewodniczący ZG Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „RoPSAN” – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim.*

Kampania społeczna to nie jedyne działanie Carrefour mające na celu efektywnie walczyć z problemem nietrzeźwości wśród osób nieletnich. Sieć po raz kolejny zleciła Stowarzyszeniu RoPSAN przeprowadzenie badania tajemniczy klient w swoich sklepach, a także na bieżąco prowadzi szkolenia kasjerów dotyczące odpowiedzialnej sprzedaży wyrobów alkoholowych.

*– Dzień Wagarowicza to bardzo dobry termin na start naszej nowej kampanii, właśnie tego dnia wiele młodych osób próbuje kupić alkohol. Dla ich dobra dokładamy wszelkich starań, aby uchronić ich przed związanymi z tym niebezpieczeństwami. We wszystkich hiper- i supermarketach Carrefour obowiązuje „Kodeks Odpowiedzialnego Sprzedawcy”. Dodatkowo, by wzmocnić skuteczność naszych działań rozszerzyliśmy współpracę z Ogólnopolskim Stowarzyszeniem RoPSAN, które systematycznie monitoruje takie zdarzenia i przekazuje nam informacje na ten temat – mówi Robert Noceń, Sekretarz Generalny Carrefour Polska.*

*– To normalne, że młodzi ludzie próbują poznać smak zakazanego „owocu”, jakim z ich perspektywy jest alkohol, ale to my - dorośli powinniśmy w tej sprawie wykazać się dojrzałością i odpowiedzialnością. Sprzedając im alkohol naprawdę narażamy ich życie i zdrowie, a czasem stajemy się współodpowiedzialni za ich „młodzieńczą” odwagę lub*

### **KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyktor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)



*pozornie niewinne pomysły, które dla niektórych kończą się kalectwem lub śmiercią. Jako rodzice z ogólnopolskiego stowarzyszenia „RoPSAN” sporo o tym wiemy i dlatego tak bardzo zależy nam, aby sprzedawcy w sklepach również to rozumieli. Jak pokazują ogólnopolskie badania ankietowe co czwarty 15-latek choć raz upił się w ciągu ostatniego roku, a wśród 17-latków takie doświadczenie ma prawie połowa chłopców i dziewcząt. Kilkunastu procentom takie sytuacje zdarzają się wielokrotnie. To nie jest margines społeczny, to nasze dzieci, które obserwując nasze zachowania czasem próbują nas zaskoczyć, albo w taki niedojrzały sposób wyrazić swój bunt i frustrację. Kiedy upijają się na imprezie, a później biorą dopalacze i wsiadają do samochodu albo podejmują ryzykowne kontakty seksualne, narażają się na nieprzewidziane konsekwencje. To dlatego tak ważne jest, abyśmy rozumieli, że alkoholu nie można traktować tak samo jak każdego innego produktu. To substancja, która może zmienić naszą świadomość, spowodować, że stracimy kontrolę nad naszym zachowaniem i jak mówią nasze dzieci, na chwilę „wcisnąć reset na świat” – dodaje Bogusław Prajsner, przewodniczący ZG Ogólnopolskiego Stowarzyszenia „RoPSAN” – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim.*

#### **O Carrefour**

Carrefour Polska to omnikanalowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 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 ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden z światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, którą posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour przyjmuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy wspólnie angażują się, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim produkty spożywcze wysokiej jakości, dostępne wszędzie i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na [www.carrefour.com](http://www.carrefour.com), oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

#### **KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: [biuroprasowe@carrefour.com](mailto:biuroprasowe@carrefour.com)