



Warszawa, 7 maja 2021 r.

Butelki marki własnej Carrefour z coraz mniejszą ilością plastiku

Carrefour sukcesywnie zmniejsza, zarówno masę butelek z wodą marki własnej, jak i opakowań innych produktów sygnowanych marką własną. Dzięki temu udało się już zaoszczędzić 3,2 tony plastiku, podczas gdy w ramach redukcji masy opakowaniowej w ramach całej marki własnej sieć zużyła w 2020 roku 15 ton mniej plastiku, tym samym chroniąc środowisko naturalne i realizując politykę opakowaniową Carrefour.

Jest to kolejny krok w ramach realizowanej przez Carrefour strategii Transformacji Żywnościowej. Aktywność marki w tym zakresie jest dwutorowa. Po pierwsze sama inicjuje działania mające na celu redukcję wykorzystywanego w produkcji plastiku, a zatem przyczynia się do zmniejszenia ilości odpadów opakowaniowych. Po drugie budzi świadomość społeczną w obszarze ochrony środowiska naturalnego, jednocześnie zwracając uwagę na konieczność segregacji odpadów.

Działania Carrefour ukierunkowane na realizację celu opakowaniowego zgodnie z klasyfikacją CSR index sprawiły, że w roku 2020 cel ten został zrealizowany w 125% w stosunku do zakładanych planów. Oznacza to, że w minionym roku udało się zredukować masę opakowań marki własnej aż o 20,5 tony. Sieć realizuje w ten sposób podjęte przez siebie zobowiązanie, zgodnie z którym do roku 2025 zamierza zredukować masę opakowań marki własnej o 300 ton oraz sprawić, by 100% opakowań marki własnej nadawało się do recyklingu lub kompostowania.

- Carrefour we wszystkich swoich działaniach uwzględnia kwestie dotyczące dbałości o otaczające nas środowisko. Przejawia się to w stałym wprowadzaniu rozwiązań mających na celu ochronę ekosystemu. Dotyczy to również minimalizowania negatywnych skutków cywilizacyjnych, jak chociażby wykorzystania tworzyw sztucznych w produkcji. Staramy się być nie tylko inicjatorem takich działań, ale również inspiratorem, zarówno dla innych podmiotów rynkowych, jak i dla konsumentów. Z naszych obserwacji wynika, że nasi klienci bardzo pozytywnie odnoszą się do wszelkich działań, za sprawą których nie tylko chronimy środowisko, w którym żyjemy, ale także działamy na rzecz przyszłości i bezpieczeństwa kolejnych pokoleń. - **mówi Barbara Kowalska, Dyrektor Działu Jakości i Zrównoważonego Rozwoju w Carrefour.** W tym kontekście warto wspomnieć o uruchomionym przez nas projekcie możliwości zwracania butelek zwrotnych po piwie bez paragonu we wszystkich super- i hipermarketach Carrefour w Polsce. Dzięki temu w sposób faktyczny zmniejszamy ślad węglowy oraz redukujemy liczbę odpadów zalegających na składowiskach. - **dodaje Kowalska.**

Butelki o zmniejszonej masie są nieco miększe, są także lżejsze, co jest istotne z punktu widzenia wygody i komfortu konsumentów podczas codziennych zakupów. Dzięki cieńszym i miększym ściankom również łatwiej jest butelkę zgnieść przed wyrzuceniem jej do pojemnika na odpady plastikowe.

Kontakt dla mediów:

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com



Redukcja masy opakowaniowej butelek marki własnej to kolejny krok w kierunku ochrony środowiska naturalnego. Jako że jest to jeden z najpoważniejszych problemów, z którymi borykają się gospodarki światowe, tym bardziej się przykłada wagę do konsekwentnego eliminowania ilości tworzyw sztucznych obecnych w opakowaniach produktów marki własnej.

O Carrefour

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

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada około 13 000 sklepów w ponad 30 krajach. W 2020 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 78,6 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).

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

Izabella Rokicka, Dyrektor Komunikacji Carrefour Polska, e-mail: izabella_rokicka@carrefour.com