



Warszawa, 03.12.2021 r.

Planton polskim zwycięzcą European Food Transition Award

Roślinny jogurt Planton został uznany najlepszym produktem dostępnym na rynku polski w ramach pierwszej edycji konkursu European Food Transition Award. Inicjatywa organizowana przez Grupę Carrefour docenia produkty, które popularyzują zdrowie i rozwiązania przyjazne środowisku.

European Food Transition Awards (Europejska Nagroda Transformacji Żywieniowej) to nowy konkurs zorganizowany przez Grupę Carrefour dla globalnych i lokalnych dostawców sieci. Celem wydarzenia jest docenienie i popularyzacja produktów, które są wzorem zrównoważonego rozwoju i zdrowych wyborów żywieniowych. W pierwszej edycji EFTA wzięli udział dostawcy z sześciu krajów: Francji, Belgii, Włoch, Hiszpanii, Rumunii oraz Polski. W pierwszej fazie konkursu finalistów każdej kategorii wybrali konsumenci z sześciu krajów, głosując na zgłoszenia za pomocą dedykowanego serwisu european-foodtransition-awards.com/pl#/. W głosowaniu odbywającym się między 16.10 i 1.11 oddano ponad 410 tysięcy głosów. Zwycięzców z poszczególnych krajów i w konkretnych kategoriach wybrało 10-osobowe międzynarodowe jury, złożone z ekspertów odpowiedzialności społecznej.

Polski zwycięzca – wegański i gotowy do recyklingu

Najlepszym zrównoważonym produktem na polskim rynku został ogłoszony Planton, jogurt wegański na bazie mleczka kokosowego, produkowany przez polską firmę Jogurty Magda. Jogurt, stworzony z myślą m.in. o alergikach i osobach na dietach, nie zawiera glutenu, laktozy czy barwników, a brak składników odzwierzęcych przekłada się na dobrostan zwierząt. Kolejnym aspektem ważnym z perspektywy przyjazności produktu dla środowiska jest fakt, że opakowanie vegangurta nadaje się do recyklingu.

Nagrody ogólnoeuropejskie trafiły do następujących produktów: płatki Special K 750 g (kategoria: produkty spożywcze słodkie), frytki tradycyjne McCain Frites Tradition (dania gotowe, świeże i mrożone), mleko półtłuste Lactel BIO butelka 1L, oryginalne gazpacho Alvalle (produkty w płynie), pieluszki Pampers Harmonie (produkty dla niemowląt), Ariel extra czyszczenie – nawet w zimnej wodzie (produkty utrzymania domu), Garnier botanic therapy honey&beesway regenerujący szampon w kostce do włosów bardzo zniszczonych 60 g (kosmetyki), filety z kurczaka i tuńczyk pochodzący ze zrównoważonych połowów Sheba (produkty dla zwierząt) oraz spaghetti Barilla nr 5 500G (produkty spożywcze słoje).

Wyniki konkursu ogłosił CEO Grupy Carrefour – Alexandre Bompard – podczas oficjalnej ceremonii. Zwycięskim produktom zostanie zapewnione odpowiednie oznaczenie w katalogu sieci oraz szczególna komunikacja w sklepach stacjonarnych podczas Tygodnia Transformacji Żywieniowej Carrefour.

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



Odpowiedzialność społeczna priorytetem

Konkurs został zorganizowany jako kolejne rozwinięcie Strategii Transformacji Żywnościowej, którą Grupa Carrefour ogłosiła w 2018 roku. Celem sieci jest zostanie światowym liderem w zakresie transformacji żywnościowej dla wszystkich, poprzez oferowanie klientom – każdego dnia i w każdym miejscu – żywności zdrowej, wysokiej jakości i w rozsądnej cenie.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa 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 żywnościowej, 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