

Warszawa, 10 marca 2015 r.

Informacja prasowa

Ekoakcje w Centrum Handlowym Glinki

Jak segregować odpady? Jak wygląda proces recyklingu? Jakie opakowania produktów wybierać? Na te pytania będzie można otrzymać odpowiedź w Centrum Handlowym Glinki w Bydgoszczy, gdzie Centrum UNEP/GRID-Warszawa organizuje warsztaty edukacyjne w ramach kampanii „Zrób prezent sobie i środowisku”. Podobne spotkania odbędą się również w innych centrach handlowych należących do sieci Carrefour Polska.

Podczas warsztatów można będzie dowiedzieć się więcej na temat m.in. możliwości poddawania opakowań procesom recyklingu, segregacji odpadów czy oznakowania opakowań. Animatorzy przygotowali gry i zabawy edukacyjne – nie tylko dla najmłodszych. Każdy może sprawdzić swoją wiedzę rozwiązując e-quiz i uczestnicząc w konkursach z nagrodami. Na stoisku edukacyjnym dostępne będą również praktyczne ekoporadniki. Warsztatom towarzyszy także wystawa plakatów poświęconych tematyce odpowiedzialnej konsumpcji.

Ekoakcje to jedno z działań zaplanowanych w ramach kampanii „Zrób prezent sobie i środowisku”. Głównym celem tego przedsięwzięcia (zapoczątkowanego w 2013 roku), jest zwiększenie wiedzy społeczeństwa na temat zmian klimatycznych oraz wpływu każdego człowieka na tempo tych zmian. Motywem przewodnim trwającej aktualnie edycji kampanii są opakowania i odpady opakowaniowe.

Robiąc codzienne zakupy wszyscy mamy realny wpływ na to, jaką presję wywieramy na środowisko naturalne. To właśnie przy półce zakupowej decydujemy m.in. jak opakowany produkt włożymy do koszyka (czy jest zapakowany adekwatnie do wielkości i rodzaju czy też w kilka niepotrzebnych warstw i czy potem można poddać takie opakowanie recyklingowi), czy kupimy produkt pochodzący z innego kontynentu, czy od lokalnych producentów (co wiąże się z mniejszą emisją CO₂ wynikającą ze zużycia mniejszej ilości paliwa) – podkreśla Małgorzata Konkol, koordynator kampanii (Centrum UNEP/GRID-Warszawa) - Wybory miliardów konsumentów na całym świecie mogą zatem skłonić producentów do większej dbałości o stan środowiska, w którym wszyscy żyjemy – dodaje.

Umożliwienie klientom Centrum Handlowego Glinki udziału w warsztatach ekologicznych wpisuje się w realizowaną od lat politykę biznesu odpowiedzialnego społecznie Carrefour Polska. Do jej kluczowych elementów należy program „Stop Marnotrawstwu”, którego celem jest m.in. promowanie postaw proekologicznych oraz zapobieganie marnotrawstwu surowców na każdej płaszczyźnie funkcjonowania firmy oraz wśród klientów.

Jedną z najnowszych inicjatyw Carrefour w tym zakresie jest projekt „Gospodarowanie odpadami BIO”, realizowany w 28 sklepach sieci, w ramach którego w drodze kompostowania odzyskiwane są nienadające

się do sprzedaży warzywa i owoce. Współpracujemy również z licznymi organizacjami w ramach inicjatywy mającej na celu zmniejszenie wpływu na środowisko opakowań produktów marki własnej. Już teraz wszystkie nasze opakowania produktów marki własnej posiadają certyfikat „Zielony Punkt”. Do pozostałych inicjatyw zrealizowanych przez Carrefour Polska w ramach „Stop Marnotrawstwu” należą m.in.: wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań ekologicznych Free Cooling System oraz stworzenie programu edukacyjnego dla klientów „Odpowiedzialni każdego dnia!” – mówi Barbara Kowalska, Senior Manager Działu Jakości Carrefour Polska.

Organizatorzy kampanii EKOPREZENT zachęcają do podejmowania prostych ekopostanowień – zmiany swoich codziennych nawyków w domu, w pracy, podczas zakupów. Można to robić za pomocą specjalnego [formularza dostępnego na portalu kampanii](#). Odwiedzając portal kampanii www.ekoprezent.org oraz jej profil na FB, można śledzić na bieżąco aktualności dotyczące wydarzeń organizowanych w ramach projektu.

Kampania dofinansowana ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Partner merytoryczny: EKO-PUNKT.

Warsztaty edukacyjne dla klientów odbędą się również w innych centrach handlowych Carrefour Polska, najbliższe odbędą się w Łodzi w Galerii Łódź ul. Przybyszewskiego 176/178, w dniach 13-15 marca.

Kontakt dla mediów:

Anna Kołodziejczyk, Public Relations
Centrum UNEP/GRID-Warszawa
ul. Sobieszyńska 8, 00-764 Warszawa
tel.: +48 22 840 6664 wew. 112
mobile: +48 668 22 00 36; faks: +48 22 851 6201;
e-mail: anna.kolodziejczyk@gridw.pl
www.ekoprezent.org www.gridw.pl

Organizator kampanii: **Centrum UNEP/GRID-Warszawa** jest ośrodkiem światowej sieci GRID (Global Resource Information Database), której celem jest wzmocnienie efektywnego zarządzania zasobami środowiska naturalnego na poziomie krajowym, regionalnym i globalnym, przez gromadzenie, analizowanie i upowszechnianie danych o środowisku. Centrum jest partnerem jednostek samorządowych, oświatowych oraz firm wdrażających politykę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Kampania „Zrób prezent sobie i środowisku” (zapoczątkowana jesienią 2013 roku). Głównym celem kampanii jest podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa (w tym przedsiębiorców) w zakresie zmian klimatu i wpływu człowieka na te procesy, a także kształtowanie pożądanych postaw i zachęcenie do podejmowania działań przyjaznych środowisku. Motywem przewodnim trwającej aktualnie II edycji kampanii są opakowania i odpady opakowaniowe. Kampania jest dofinansowana ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Więcej na: www.ekoprezent.org

Grupa Carrefour

Obecna w 34 krajach jest jednym z największym detalistów na świecie oraz liderem wielkiej dystrybucji w Europie. W ponad 10.100 sklepach zatrudnia 365 000 pracowników. W 2013 obroty Grupy wyniosły 100,2 mld euro. Grupa Carrefour oferująca różnorodność formatów handlowych, kanałów dystrybucji oraz działająca na wielu rynkach jest partnerem w codziennym życiu 10 milionów klientów, którzy każdego dnia odwiedzają sklepy Carrefour na całym świecie, mając dostęp do szerokiej gamy produktów i usług w najlepszej cenie.

O Carrefour Polska

Carrefour Polska swój pierwszy hipermarket otworzył w 1997 roku w Łodzi. Obecnie, pod szyldem Carrefour w Polsce działa ponad 700 sklepów w różnych formatach: są to hiper- i supermarkety oraz sklepy osiedlowe. Carrefour jest także właścicielem i zarządcą centrów handlowych, skupionych w dużych i średnich miastach. Ofertę handlową naszych sklepów uzupełniają stacje paliw. Dążąc do podniesienia jakości życia klientów i konsumentów,

Carrefour Polska realizuje strategię odpowiedzialnego biznesu, która zakłada harmonijny rozwój, w trzech dziedzinach równocześnie: na rzecz gospodarki, społeczeństwa i środowiska.