

Salátové okurky bez plastové fólie zavádí jako první z obchodních řetězců Kaufland

/Praha, 7. října 2019/ V rámci plastové strategie, jejímž cílem je výrazně snížit spotřebu plastů, učinila společnost Kaufland další krok. Jako první obchodní řetězec bude po celý rok nabízet salátové okurky bez plastové fólie. Ušetří tak 50 tun plastu ročně. U citronů v síťce nahradil plastový pásek papírový. To je úspora dalších 40 tun plastu za rok. Došlo také k odstranění plastových misek, ve kterých se prodává zelenina na polévku. Nahradil je papír a díky tomu je svět o 15 tun plastu ročně lehčí.

„Aktuálně jsme se zbavili plastů u tří produktů. Za rok ušetříme zhruba 100 tun plastového odpadu. Při distribuci čerstvého zboží v úseku ovoce a zeleniny využíváme také vratné přepravky místo jednorázových obalů. Zákazníkům nově nabízíme i opakovatelné textilní, tzv. nEKOnečné sáčky, do kterých mohou nakupovat ovoce a zeleninu. Šetrnost k přírodě je naší prioritou, kterou se zabýváme kontinuálně, a veškeré kroky vycházejí z dlouhodobého postoje naší společnosti,“ vysvětluje tisková mluvčí Kauflandu Renata Maierl.

Do roku 2025 sníží Kaufland množství plastového odpadu nejméně o 20 %

Společnost Kaufland vychází z **REset Plastic Strategie** vydané skupinou Schwarz, a jako největší tuzemský potravinářský řetězec cítí závazek chránit životní prostředí. *„Do konce roku vyřadíme z našich prodejen veškeré jednorázové plastové nádoby a plastové vatové tyčinky nahradíme jejich ekologickou variantou. Do roku 2025 snížíme množství plastového odpadu nejméně o 20 % a všechny produkty našich vlastních značek budou v obalech z recyklovatelných materiálů,“* dodává Renata Maierl.

Vizí této strategie je „Méně plastů – uzavřené cykly“. Cílem je minimalizovat množství plastů používaných ve výrobě i v obchodech a základem konceptu cirkulární ekonomiky – odpad nesmí být vnímán jako odpad, ale jako znovu využitelný materiál.



Strategie **REset Plastic** se skládá z několika částí: redukování (**REduce**) používání plastu ve všech divizích a ve spolupráci s dodavateli hledání úspor a alternativních materiálů. Důležitá je i optimalizace designu vlastních značek a snaha snížit množství plastu a zvýšit jeho recyklovatelnost (**REdesign**). Společnost Kaufland se rovněž zavazuje znovu použít minimálně ¼ odpadu (**REcycle**). Bod **REmove** zahrnuje spolupráci s nevládními organizacemi při odstraňování plastů z přírody. Kaufland také spolupracuje na výzkumu alternativních materiálů, při hledání způsobů efektivní recyklace a pomáhá edukovat celou společnost (**REsearch**).

www.kaufland.cz

facebook.com/KauflandCeskaRepublika

[@kauflandcesko](https://twitter.com/kauflandcesko)

Kontakt pro média:

Renata Maierl, tisková mluvčí, Úsek firemní komunikace, tel. 251 051 111, e-mail: press@kaufland.cz
Kaufland Česká republika v.o.s., Bělohorská 203, 169 00 Praha 6
Denisa Vítková, tel. 603 980 930, e-mail: denisa.vitkova@relativepr.cz

O společnosti Kaufland:

Kaufland Česká republika v.o.s. je součástí německé obchodní skupiny Schwarz. Na český trh vstoupil v roce 1998. Provozuje 133 prodejen, 2 logistická centra a vlastní masozávod.
Kaufland působí v 7 zemích Evropy: v Německu, České republice, na Slovensku, v Polsku, Chorvatsku, Rumunsku a Bulharsku. Provozuje více než 1 230 prodejen, masozávodů a logistická či distribuční centra. Zaměstnává více než 150 tisíc lidí.