
Gazeta.pl i Żabka ze wspólną inicjatywą wsparcia działań proekologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Współpraca Żabki i portalu Gazeta.pl z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza jest wynikiem specjalnej akcji portalu „Reklama dla klimatu”, w ramach której firmy mogą zgłaszać swoje projekty ekologiczne, a redakcja wybiera najlepsze z nich i prezentuje na łamach serwisu za symboliczną złotówkę. Żabka została jednym z reklamodawców przyjętych do projektu, ale zainicjowała wykorzystanie środków finansowych, jakie musiałyby przekazać na kampanię, na wsparcie instytucji realizującej proekologiczne projekty. Portal Gazeta.pl wskazał właśnie poznański Uniwersytet.

– *Cieszymy się, że nasz partner postanowił wyjść poza pierwotną formułę akcji „Reklama dla klimatu” i przekazać środki na proekologiczne rozwiązania – mówi Bartosz Wysocki, dyrektor handlowy grupy Gazeta.pl. – Ta wyjątkowa postawa udowadnia, że proponowane przez nas działania przynoszą realną zmianę. Jesteśmy przekonani, że w kontekście kryzysu klimatycznego tylko działając razem, możemy zniwelować skutki degradacji środowiska. Mamy także nadzieję, że działania Żabki zainspirują inne firmy do zaangażowania się w ekologiczne przedsięwzięcia – dodaje Wysocki.*

„Reklama dla klimatu” to specjalna akcja Gazeta.pl, skierowana do firm, które swoimi działaniami, postawą i strategią przyczyniają się do poprawy stanu środowiska – wprowadzają eko rozwiązania, popularyzują ekologiczne nawyki czy szerzą świadomość ekologiczną wśród pracowników lub odbiorców. Celem projektu jest promowanie ekologicznych postaw przedsiębiorców, poprzez umożliwienie prezentowania ich działań na stronie głównej serwisu za symboliczną złotówkę. „Reklama dla klimatu” spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem reklamodawców, dlatego obecnie trwa już druga edycja.

– *Doceniamy zaangażowanie mediów w promowanie ekologicznych postaw wśród klientów oraz zachęcanie firm do aktywnego działania na rzecz ochrony środowiska. Dlatego zdecydowaliśmy się przekazać równowartość kwoty, którą wygraliśmy w projekcie „Reklama dla klimatu” na wspólnie wybrany z redakcją cel, jakim jest dofinansowanie Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, uznanego za najbardziej zielony uniwersytet w Polsce według międzynarodowego rankingu World University Ranking „Green Metric” – mówi Tomasz Suchański, Prezes Zarządu, CEO Grupy Żabka.*

Żabka, jako pierwsza firma w Polsce, np. testuje gospodarkę o obiegu zamkniętym dla marki własnej – zachęca klientów i franczyzobiorców do zbiórki plastikowych butelek i darowania im drugiego życia. Akcja ma charakter pilotażu, jest prowadzona w ponad 20 sklepach w Warszawie. Z zebranych opakowań powstaną butelki wody mineralnej marki własnej OD NOWA. Żabka chce, by dzięki akcji klienci wyrobili w sobie nawyk oddawania plastikowych opakowań po napojach, tak jak oddaje się butelki szklane. Dodatkowo Żabka Polska i Żywiec Zdrój podjęły strategiczne partnerstwo, w ramach którego zadeklarowały wspólne działania na rzecz zamknięcia obiegu tworzyw sztucznych. Firmy rozpoczęły test przy użyciu EKomatów – automatów umożliwiających selektywną zbiórkę opakowań po napojach z plastiku i metalu. Pierwsze urządzenia stanęły w 2020



r. przy wybranych sklepach Żabka w Poznaniu i Warszawie. Zebrany surowiec posłuży do stworzenia nowych butelek. To właśnie te kampanie zostały zaprezentowane na stronie głównej portalu Gazeta.pl w ramach akcji „Reklama dla klimatu”.

Serwis jako beneficjenta darowizny będącej równowartością kosztów kampanii reklamowej, wskazał Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Przekazane przez Żabkę 25 tys. zł uczelnia wykorzysta na wymianę oświetlenia na bardziej efektywne energetycznie.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 7100 placówek prowadzonych blisko 6000 franczyzobiorców pod marką Żabka. Na przestrzeni dwudziestu lat działalności na polskim rynku, Spółka zdobyła pozycję lidera segmentu sprzedaży *convenience*. Nasze sklepy są odwiedzane codziennie przez ponad 2,5 miliona klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. Nasz biznes rozwijamy odpowiedzialnie. Do filarów CSR Spółki należą: dbałość o środowisko naturalne, odpowiedzialna sprzedaż żywności, rozwój osobisty i edukacja, wsparcie lokalnych społeczności, a także dbałość o zdrowie i aktywny styl życia. Więcej informacji o sklepach Żabka na: www.zabka.pl. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509