*Informacja dla mediów*

**Pracownicy warszawskiego biura PepsiCo zebrali 1,5 tony śmieci w ramach akcji „Czysta Rzeka”**

*Warszawa, 29 czerwca 2022 roku*

***PepsiCo kontynuuje realizację swojej misji w obszarze zrównoważonego rozwoju. W ramach operacji „Czysta Rzeka” wolontariusze PepsiCo zaangażowali się w akcję sprzątania śmieci w 8 lokalizacjach, m.in. na prawym brzegu Wisły, czyli w sąsiedztwie nowego biura na warszawskiej Pradze. Zebrano rekordową ilość 117 worków śmieci o łącznej wadze 1,5 tony. Projekt „Czysta Rzeka” realizowany jest przez PepsiCo już po raz drugi.***

Warszawska edycja tegorocznej akcji rozpoczęła się 23 czerwca o godzinie 11:00 przy La Playa, skąd wolontariusze firmy wyruszyli na poszukiwanie porzuconych nad rzeką śmieci. Prawy brzeg Wisły jest bardzo atrakcyjny pod względem rekreacyjnym i przyrodniczym – znajduje się tam m.in. ścieżka pieszo-rowerowa. To także szczególne miejsce dla praconików PepsiCo – od ponad 30 lat działalności w Polsce główna siedziba firmy znajduje się właśnie na prawym brzegu Wisły.

*– Kontynuowanie tradycji „Czystej Rzeki” ma dla nas kluczowe znaczenie. Obrazuje jak istotną wartość stanowią dla PepsiCo działania w obszarze ekologii* – powiedział Daniel Paluchowski, dyrektor sprzedaży w PepsiCo Polska. – *Podczas poprzedniej edycji pomogliśmy oczyścić warszawski brzeg Wisły. W tym roku rozszerzyliśmy operację o kolejne miejsca i posprzątaliśmy okolice naszych lokalizacji w Tomaszowie Mazowieckim, Mszczonowie, Michrowie, Prząśniczce oraz Krakowie. Wkrótce inicjatywa zostanie przeprowadzona także w Grodzisku Mazowieckim oraz Środzie Śląskiej, gdzie już niedługo otworzymy nasz najnowszy i najbardziej przyjazny środowisku zakład produkcyjny. Poprzez zbieranie odpadów pokazujemy, jak ważne jest dbanie o najbliższe otoczenie. Nasi wolontariusze pokazali, że każdy może troszczyć się o środowisko. Warto zacząć już dzisiaj, ponieważ nawet lokalne inicjatywy mają znaczenie dla przyszłości naszej planety* – dodał Daniel Paluchowski.

Firma PepsiCo nie po raz pierwszy pokazuje, że dbałość o przyrodę i zachowania ekologiczne to podstawa funkcjonowania we współczesnym świecie biznesu. Założeniem operacji „Czysta Rzeka” było reprezentowanie wartości związanych ze zrównoważonym rozwojem, którymi na co dzień kieruje się organizacja i jej pracownicy. Wspólnymi siłami tylko w Warszawie zebrano aż 117 worków śmieci, pobijając jednocześnie rekord z ubiegłego roku.

– *Z chęcią ponownie wzięłam udział w akcji „Czysta Rzeka”. Jako członek Green Team’u PepsiCo oczywiście identyfikuję się z misją zrównoważonego rozwoju, jaką realizuje nasza firma* ­– powiedziała Jessica Krymuza, starsza specjalistka w zespole rekrutacji – *Wolontariuszom, którzy zaangażowali się wraz ze mną w zbieranie śmieci, naprawdę zależy na środowisku, więc pomimo ilości napotkanych odpadów oraz zmęczenia operacja przebiegła bardzo sprawnie. Efekt był zaskakujący – zebraliśmy 1,5 tony śmieci! Ich ilość nie napawa optymizmem, ale tym bardziej jesteśmy dumni z tego osiągnięcia. Praca nad rzeką była także okazją do rozmów i integracji, co ma szczególne znaczenie dla naszego zespołu po okresie izolacji związanej z pandemią.* *Zdecydowanie wezmę udział w kolejnej edycji* – dodała Jessica Krymuza.

PepsiCo wraz z partnerem, organizacją „Operacja Czysta Rzeka”, zapewniło zbierającym wsparcie w postaci niezbędnego ekwipunku: preparatów chroniących przed kleszczami, rękawiczek, worków i chwytaków. Zorganizowano również poczęstunek. PepsiCo od dawna posiada dedykowany zespół Green Team odpowiedzialny za koordynację projektów z zakresu ekologii. Zrównoważone działania mają wiele wymiarów oddziaływania – nie tylko środowiskowy, ale także społeczny. Jest to wartość dodana i może stanowić zachętę do podejmowania podobnych aktywności przez inne firmy oraz inspirację do realizowania pozytywnych zmian dla Ziemi.

**\*\*\***

**O firmie PepsiCo**

Konsumenci w ponad 200 krajach i regionach na całym świecie sięgają po produkty firmy PepsiCo ponad miliard razy dziennie. Łączny przychód netto pochodzący ze sprzedaży uzupełniającej się oferty produktów żywnościowych i napojów oferowanych przez marki Lays, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker i SodaStream, wchodzące w skład koncernu PepsiCo, wyniósł w 2020 roku ponad 70 mld dolarów amerykańskich. W swoim globalnym portfolio PepsiCo posiada szeroką i różnorodną ofertę produktów żywnościowych i napojów oferowanych pod wieloma markami, a każda z legendarnych marek generuje w ciągu roku przychody na poziomie ponad miliarda dolarów amerykańskich.

W swoich działaniach PepsiCo kieruje się wizją „Winning with PepsiCo Positive (pep+)”, która wskazuje drogę do uzyskania pozycji światowego lidera w obszarze wygodnych, gotowych do spożycia produktów żywnościowych i napojów. pep+ to nowa, strategiczna transformacja PepsiCo w kierunku zrównoważonego rozwoju, obejmująca wszystkie obszary działalności firmy, która skupia się wokół dążenia do dalszego rozwoju przedsiębiorstwa i budowania wartości w granicach stawianych przez planetę oraz inspirowania pozytywnych zmian dla Ziemi i jej mieszkańców. Więcej informacji na temat PepsiCo jest dostępnych na globalnej witrynie pod adresem [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com) oraz na polskiej stronie firmy <http://www.pepsicopoland.com>.

**Kontakt dla mediów:**

Julian Krzyżanowski

Menedżer ds. komunikacji korporacyjnej w PepsiCo

[julian.krzyzanowski@pepsico.com](mailto:julian.krzyzanowski@pepsico.com)  
+ 48 782 892 258