*Informacja dla mediów*

**Pracownicy PepsiCo z całej Polski zebrali 450 worków odpadów podczas Operacji Czysta Rzeka**

*Warszawa, 25 lipca 2023 roku*

**Ponad 250 pracowników PepsiCo Polska wzięło udział w 5 edycji „Operacji Czysta Rzeka”, największej ogólnopolskiej koordynowanej akcji sprzątania brzegów polskich rzek. Zaangażowanie i sukces tej inicjatywy są zgodne z założeniami Pep+, strategicznej transformacji PepsiCo w kierunku zrównoważonego rozwoju. Wolontariusze, poza odpadami wielkogabarytowymi zebrali ponad 450 worków śmieci.**

Operacja Czysta Rzeka ma na celu ochronę środowiska wodnego poprzez sprzątanie zanieczyszczonych brzegów polskich rzek. W 2023 roku PepsiCo Polska wzięło udział w akcji po raz trzeci będąc jednocześnie Sponsorem Wspierającym.

Dołączając do Operacji w 2021 roku, około 30 wolontariuszy z Warszawy uprzątnęło prawy brzeg Wisły w okolicy Biura Głównego PepsiCo. W kolejnym roku udział firmy w akcji rozszerzył się − do Warszawy dołączyło 7 zakładów produkcyjnych i magazynów PepsiCo w Polsce.

− Nad samą rzeką Wisłą jest nas dzisiaj 120 osób z biura głównego PepsiCo w Warszawie, a oprócz tego mamy 11 lokalizacji w Polsce, gdzie realizujemy bardzo bogatą, odpowiedzialną agendę Pep+, czyli Pep Positive. Każdego roku jest nas coraz więcej do sprzątania, ale także coraz więcej Polaków dba o czystość brzegów rzek – powiedział Daniel Paluchowski, Business Development Director w PepsiCo Polska.

– Czysta Rzeka stała się w PepsiCo Polska najpopularniejszą akcją wolontariacką z zakresu CSR. Ilość ochotników rośnie z każdą edycją, a do „weteranów”, którzy udzielają się od samego początku dołączają kolejne osoby. – powiedziała Aleksandra Wierzba, Specjalistka ds. Komunikacji i CSR PepsiCo Polska, Szefowa Sztabu Głównego akcji w Warszawie. – W dobie pracy hybrydowej jest to również świetna okazja do integracji, co widać było wyraźnie podczas rejestracji na wydarzenie, gdzie jako wolontariusze zgłaszały się całe zespoły. To również dowód na to, że poprzez oddolne działania można reprezentować wartości związane ze zrównoważonym rozwojem, którymi PepsiCo kieruje się na co dzień.

[Relacja z wydarzenia](https://youtu.be/P90qZ4h3Me0) znajduje się na kanale You Tube firmy.Oprócz Warszawy, wolontariusze wyruszyli nad brzegi rzek w Mszczonowie, Poznaniu, Sosnowcu, Świętem, Tomaszowie Mazowieckim, Prząśniczce, Grodzisku Mazowieckim, Żninie, Krakowie oraz Michrowie. Wraz z organizatorami z „Czystej Rzeki” firma zapewniła uczestnikom niezbędne wsparcie, dostarczając preparaty chroniące przed ukąszeniami komarów i kleszczy, rękawiczki, worki i chwytaki. Sprzątającym, oprócz odpadów wielkogabarytowych udało się zebrać ponad 450 worków odpadów.

– Nie spodziewaliśmy się, że po tak dużym odzewie, jaki akcja miała rok temu uda nam się zgromadzić chętnych w kolejnych lokalizacjach. Tymczasem wolontariusze już na kilka miesięcy przed pytali o możliwość uczestnictwa. Możemy śmiało mówić, że początek lata jest w PepsiCo sezonem na sprzątanie rzek – powiedziała Agata Ordon, liderka Green Team PepsiCo Polska i koordynatorka pozostałych 10 sztabów lokalnych. – Mamy nadzieję, że za rok będziemy mogli pochwalić się jeszcze większą frekwencją.

Uczestnictwo w Operacji Czysta Rzeka wpisuje się we wprowadzoną w 2021 roku strategię Pep+ (PepsiCo Positive), strategiczną transformację w kierunku zrównoważonego rozwoju, obejmującą wszystkie obszary działalności firmy. Poprzez inicjatywy takie jak Czysta Rzeka, PepsiCo dąży do wyznaczenia nowego kursu dla swojej działalności operacyjnej i tworzenia pozytywnych zmian dla przyszłych pokoleń.

**\*\*\***

**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