

**TISKOVÁ ZPRÁVA**

Praha 9. října 2019

**BILLA zavádí tašky z recyklovaného plastu. Do budoucna je plánuje vyrábět z fólií vytříděných ve svých vlastních prodejnách**

* **Nové plastové tašky jsou vyrobeny z 80 % z LDPE folie a nesou uznávaný certifikát Modrý anděl**
* **Tímto krokem chce BILLA zameziit jednorázovému používání papírových tašek a podpořit druhotné zpracování surovin**
* **Do budoucna plánuje BILLA tašky vyrábět z plastů, které sama vytřídí ve svých prodejnách v Česku**
* **BILLA po vyprodání zásob ukončí prodej papírových tašek, na jejichž výrobu padne měsíčně 300 stromů\***

**Společnost BILLA** **upravuje sortiment nákupních tašek a od začátku října do svého portfolia zařadí plastové nákupní tašky a do konce roku i chladicí tašky vyrobené z 80 % z LDPE fólie. Tímto krokem BILLA reaguje na nedávno zveřejněnou studii Vysoké školy chemicko-technologické a podněty svých zákazníků. Ze sortimentu zcela vyřadí tašky papírové, jejichž výroba je velmi energeticky náročná a zákazníci je zpravidla používají pouze jednorázově.**



Nedávno zveřejněná studie „Porovnání environmentálních dopadů odnosných tašek z různých materiálů metodou posuzování životního cyklu – LCA“ Vysoké školy chemicko-technologické, kterou si nechalo vypracovat MŽP, a podněty zákazníků vedly společnost BILLA k revizi stávajícího portfolia nákupních tašek. Síť supermarketů BILLA nebude po vyprodání zásob jako jediný z řetězců v Česku nabízet papírové tašky, u kterých studie prokázala značnou energetickou náročnost při jejich výrobě. Výrobou papírových tašek jen pro společnost BILLA padne měsíčně 300 vzrostlých stromů\*.

*„Taška vyrobená z recyklovaného plastu je šetrnější vůči životnímu prostředí, nežli taška vyprodukovaná z primárních surovin. Každý materiál by měl sloužit co nejdéle*

*a opětovné použití odnosných tašek vede ke snížení negativních environmentálních dopadů. Proto využití odpadního plastu na výrobu tašek vítám,“* říká Vladimír Kočí, děkan Fakulty technologie ochrany prostředí.

Zavedením plastových tašek chce BILLA docílit zamezení jednorázového používání papírových tašek. BILLA z reakcí zákazníků zjistila, že papírové tašky opakovaně nevyužívají a většina z nich putuje v domácnostech rovnou do směsného odpadu. Nové plastové tašky vyrobené z 80 % z již recyklovaných plastů mají předpoklady k několikanásobnému použití a když doslouží, stačí je vyhodit do žlutého kontejneru, odkud poputují na další recyklaci.

*„Součástí naší filozofie je dlouhodobá snaha o udržitelnost. Na prodejnách a ve skladech využíváme co nejšetrnější technologie, zefektivňujeme logistiku, postupně zavádíme elektronické cenovky. Úprava sortimentu nákupních tašek je dalším z řady kroků, kterými se snažíme omezit dopady našeho podnikání na životní prostředí,“* říká ředitel společnosti BILLA ČR Jaroslaw Szczypka.

Nové plastové tašky se nyní vyrábějí z regranulátu vytříděného z komunálního odpadu. Do budoucna společnost plánuje tašky vyrábět z fólií, které sama vytřídí ve svých prodejnách v Česku. BILLA rovněž jedná o možnosti jejich výroby z plastů, které vyprodukuje v rámci svých logistických procesů. Tím by naplnila principy cirkulární ekonomiky, kdy se vyprodukovaný odpad recyklací přemění v produkt se stejnou užitnou hodnotnou jako na jeho počátku, a primární materiál se tak udrží co nejdéle v oběhu.

*„V posledním roce se ukazuje, že pro mnoho rozhodnutí, které firmy zvažují, je jediným správným a současně zatím nejkomplexnějším podkladem analýza celého životního cyklu. Ta definuje zdrojovou a energetickou náročnost včetně dopadů na životní prostředí od těžby až po zpracování a je tak více než rozumné s ní aktivně pracovat. Jen komplexní data eliminují greenwashing. Proto je kromě výběru materiálů také nezbytně nutné sledovat jeho materiálové toky do posledního možného bodu, který je obchodní řetězec či výrobce schopen dosledovat. Jsem ráda, že se podobné přístupy v Česku rozšiřují a metoda LCA už není novým pojmem a tak se diskuze se dostává na tu správnou úroveň objektivní a fakty ověřené diskuzi. Billa se tak řadí mezi firmy, která volí nejlepší varianty v daný okamžik na základě maxima dostupných dat,“* říká Soňa Jonášová, zakladatelka a ředitelka Institutu Cirkulární Ekonomiky.

Nové nákupní tašky z LDPE fólie BILLA nabídne ve dvou velikostech – malou o rozměrech 37 x 43 cm za cenu 3,90 Kč a velkou 46 x 50 cm za 6,90 Kč. Papírové varianty tašek budou v prodejnách k dispozici do vyprodání zásob.

\* přepočteno na objem průměrně vzrostlého stromu v ČR

**Pro více informací prosím kontaktujte:**

**Dana Bratánková**

**Manažerka korporátní komunikace / Tisková mluvčí**

**REWE GROUP Česká republika, BILLA, spol. s r.o.**

Mobil: +420 606 099 607

E-mail: [d.bratankova@billa.cz](mailto:d.bratankova@billa.cz)

**REWE International AG** je lídrem na rakouském trhu v oblasti prodeje potravinového a drogistického zboží a jedním z největších zaměstnavatelů v Rakousku. Ve 3 693 prodejnách v Evropě zaměstnává téměř 80 000 pracovníků.

REWE International AG je součástí německé REWE Group, která působí ve 13 zemích Evropy a patří k nejvýznamnějším evropským maloobchodním skupinám a prodejcům rodinných dovolených.

REWE International AG se sídlem v rakouském Wiener Neudorf provozuje obchodní společnosti BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA a ADEG, a řadu vlastních produktových značek. V segmentu supermarketů má prodejny v 7 zemích střední a východní Evropy.

**BILLA ČR** je součástí skupiny REWE International AG. Na českém trhu působí od roku 1991. S obratem ve výši přes 31 mld. Kč (2018), s 224 prodejnami a více než 6 000 zaměstnanci je BILLA lídrem na trhu supermarketů. Na průměrné prodejní ploše 900 m2 nabízí široký výběr produktů známých i privátních značek. Velký důraz je kladen na čerstvý sortiment, jako jsou lahůdky, pečivo, ovoce a zelenina, mléčné produkty, maso a chlazené produkty.

Společnost BILLA se soustředí na podporu českých producentů, proto české potraviny tvoří již 78 % jejího celkového sortimentu. České potraviny jsou také součástí privátních značek řetězce BILLA – Vocílka, Česká farma, BILLA Naše bio, BILLA, BILLA Premium, BILLA Easy, BILLA BON VIA, Today, Clever, Vives, ZOO ROYAL nebo Milora. Úspěch privátních značek BILLA potvrzují i nedávné ocenění v soutěži Volba spotřebitelů 2019, ve které se na 1. místě umístilo hned 6 produktových novinek společnosti BILLA.

Více informací na: <http://www.billa.cz>