



**PEPSICO  
FOUNDATION**  
We Feed Potential



**PEPSICO**

## INFORMACJA DLA MEDIÓW

**PepsiCo i Fundacja PepsiCo zawiązują partnerstwo z Polskim Czerwonym Krzyżem w celu przeciwdziałania kryzysowi bezpieczeństwa żywnościowego wśród najbardziej potrzebujących**

- **PepsiCo, Fundacja PepsiCo i Polski Czerwony Krzyż zajmą się problemem braku bezpieczeństwa żywnościowego w społecznościach najbardziej dotkniętych pandemią Covid-19.**
- **Na program Fundacja PepsiCo przeznaczy 230 tys. dolarów amerykańskich co zapewni około 180 tys. posiłków potrzebującym – dzieciom, seniorom, osobom samotnym oraz rodzinom wielodzietnym.**
- **Program jest częścią globalnego zobowiązania PepsiCo Food For Good, którego celem jest zwiększanie bezpieczeństwa żywnościowego w społecznościach, w których działa firma.**

**Warszawa, 15 listopada 2021 r.** – PepsiCo Polska, Fundacja PepsiCo i Polski Czerwony Krzyż ogłosiły rozpoczęcie partnerskiego programu, który ma odpowiedzieć na wynikający z pandemii Covid-19 problem pogarszającego się stanu bezpieczeństwa żywnościowego w Polsce. Celem programu jest wsparcie grup społecznych, które pandemia dotknęła najbardziej, poprzez zapewnienie dostępności do pożywnych posiłków. W ramach programu zostanie dostarczonych około 180 tys. posiłków do ponad 2,5 tys. osób w województwach mazowieckim, małopolskim oraz lubelskim.

Od 2020 r. brak bezpieczeństwa żywnościowego jest jedną z najpoważniejszych konsekwencji pandemii Covid-19 pogłębiającej problemy, z którymi borykają się osoby o niskich dochodach. W Polsce „gospodarczy lockdown” doprowadził do inflacji na poziomie 6,8% – jednej z najwyższych w Europie. Skutki wzrostu cen żywności wywarły dodatkową presję na bezpieczeństwo żywnościowe wśród najbardziej potrzebujących.

*– Będąc członkiem lokalnej społeczności, naszym obowiązkiem jest wspieranie tych, którzy najbardziej tego potrzebują. Dzięki takim programom jak Food For Good jesteśmy w stanie zrealizować te cele i zapewnić środki niezbędne do łagodzenia skutków trwającego kryzysu – powiedział Michał Jaszczyk, Prezes Zarządu PepsiCo Polska. – Jesteśmy przekonani, że współpracując z Polskim Czerwonym Krzyżem możemy dotrzeć do najbardziej potrzebujących – w dużej mierze dzięki doświadczeniu tej organizacji w niesieniu pomocy i zaufaniu, jakim się ona cieszy wśród Polek i Polaków.*

Polski Czerwony Krzyż, reprezentowany w programie przez jego Oddział Mazowiecki, został wybrany partnerem PepsiCo z uwagi na zaufanie społeczne, rozbudowaną siatkę oddziałów oraz logistyczne przygotowanie do podjęcia działań na terenie województw mazowieckiego, małopolskiego i lubelskiego.

*– Dzięki funduszom z Fundacji PepsiCo będziemy mogli nie tylko realnie wpłynąć na odciążenie domowych budżetów beneficjentów, ale także zaspokoić codzienne potrzeby żywieniowe najmłodszych poprzez zapewnienie im obiadów w szkolnych i świetlicowych stołówkach –* dodała Honorata Krzywoń, dyrektor Oddziału Mazowieckiego Polskiego Czerwonego Krzyża.

Zainaugurowany program jest kolejnym wspólnym działaniem PepsiCo i Fundacji PepsiCo na rzecz wspierania lokalnych społeczności w czasie szczytów zakażeń trwającej pandemii oraz w obliczu trudności, jakie niosą jej skutki ekonomiczne. Od 2020 r. firma PepsiCo przekazała w Polsce już ponad 200 tys. dolarów amerykańskich na zapewnienie gorących posiłków szczególnie narażonym grupom, takim jak pracownicy medyczni pracujący z pacjentami covidowymi.

Kontakt dla mediów:

**PepsiCo Polska**

Julian Krzyżanowski

Menedżer ds. Korporacyjnych

tel: 782-892-258

[julian.krzyzanowski@pepsico.com](mailto:julian.krzyzanowski@pepsico.com)

**Polski Czerwony Krzyż**

Honorata Krzywoń

Dyrektor Mazowieckiego Oddziału Polskiego Czerwonego Krzyża

tel: 505-144-517

[warszawa.dyrektor@pck.org](mailto:warszawa.dyrektor@pck.org)

Dodatkowe informacje:

**Fundacja PepsiCo**

Założona w 1962 r. Fundacja PepsiCo, charytatywne ramię PepsiCo, inwestuje w rozwój zrównoważonego systemu żywnościowego, kierując się misją wspierania lokalnych społeczności. Współpracując z organizacjami non-profit i ekspertami na całym świecie, Fundacja koncentruje się na pomaganiu w uzyskaniu dostępu do bezpieczeństwa żywnościowego, do wody i zwiększania możliwości ekonomicznych. Dąży do wymiernego wpływu działań w miejscach, w których pracownicy PepsiCo żyją i pracują. Współpracując z innymi branżowymi, lokalnymi i międzynarodowymi organizacjami oraz pracownikami, PepsiCo, wpływa na zakrojone na szeroką skalę zmiany w sprawach, które są dla ważne i mają globalne znaczenie.

**Polski Czerwony Krzyż**

Misją Polskiego Czerwonego Krzyża jest zapobieganie ludzkim cierpieniom i łagodzenie ich skutków oraz ochrona ludzkiej godności, bez jakiegokolwiek dyskryminacji na tle narodowości, rasy, płci, przekonań religijnych lub politycznych. Polski Czerwony Krzyż to organizacja zrzeszona w największym ogólnoswiatowym ruchu humanitarnym, jednym z najstarszych w historii ludzkości. Jego częściami składowymi są działające na szczeblu międzynarodowym: Międzynarodowy Komitet Czerwonego Krzyża (MKCK), Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń Czerwonego Krzyża i Czerwonego Półksiężycy (Federacja) oraz stowarzyszenia krajowe Czerwonego Krzyża lub Czerwonego Półksiężycy.

W 2020 r. tylko w ramach akcji Covid-19 PCK udzielił pomocy socjalnej w formie paczek żywnościowych, odzieży i zapomóg pieniężnych dla ponad 30 tys. seniorów oraz 50 tys. rodzin. PCK prowadzi 211 punktów wydawania żywności, z których regularnie korzysta ponad 12 330 osób.

Więcej informacji na temat działań PCK jest dostępnych na polskiej i międzynarodowej witrynie organizacji pod adresami <https://pck.pl/> oraz <http://www.redcross.int/>.

## **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 przedsiębiorstwa Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana oraz SodaStream, wchodzące w skład koncernu PepsiCo, wyniósł w 2020 r. 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 23 najlepiej sprzedających się marek generuje w ciągu roku przychody na poziomie ponad miliarda dolarów amerykańskich.

W swoich działaniach PepsiCo kieruje się wizją „Winning with Purpose”, która wskazuje drogę do uzyskania statusu światowego lidera w obszarze wygodnych, gotowych do spożycia produktów żywnościowych i napojów. „Winning with Purpose” stanowi odzwierciedlenie aspiracji firmy, polegających na zrównoważonym podejściu do realizacji zamierzeń rynkowych i uwzględnianiu świadomie realizowanych celów we wszystkich aspektach prowadzonej działalności.

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>.