**Vánoce jsou pro samoživitele nejnáročnějším obdobím. Na dárcích šetří, odepřou si i večeři**

**PRAHA 28. LISTOPADU 2023 – Pro samoživitele jsou vánoční svátky jedním z nejvíce stresujících období v roce. V Česku žije 210 000 rodičů, kteří sami pečují o víc než 336 000 dětí. Pod hranicí chudoby žije 36 procent z nich. Mnoho samoživitelů šetří na Vánoce celý rok, přesto si mnozí nemohou dovolit ani nakoupit dárky nebo usednout k plnohodnotné štědrovečerní tabuli.**

Většina samoživitelů balancuje na hranici chudoby, nemají žádné finanční úspory a jakýkoli nečekaný výdaj tvrdě zasáhne jejich rodinný rozpočet na několik měsíců. S nadcházejícími Vánocemi zjišťují i ti, kteří jsou během roku s financemi schopni vyjít, že nemají dost peněz na dárky nebo jídlo. Právě v předvánočním období podává řada firem samoživitelům pomocnou ruku, bez jejich podpory by tisíce dětí byly o dárky i klasickou štědrovečerní večeři ochuzeny. „Už od roku 2020 rozdáváme v předvánočním období bramborový salát lidem v nouzi, doposud jsme darovali takřka šest tisíc porcí této vánoční klasiky. Jsme vděčni, že se nám podařilo vytvořit tradici, která každoročně přináší kousek Vánoc i těm, kteří by si to jinak nemohli dovolit. Inflace zasáhla všechny, především ale jednopříjmové domácnosti, a proto chceme v letošním roce obdarovat právě samoživitele. Akce zároveň proběhne v duchu snižování plýtvání potravinami, jelikož v Česku podle odhadů končí v odpadcích zhruba 830 tisíc tun jídla ročně. Na přípravu charitativního salátu nám poskytne společnost Tesco zeleninu ze svých provozoven,“ popsala Silvie Dittertová, brand managerka značky Hellmann's. „Moc rádi se do akce opět zapojíme, neboť lidem v nouzi pomáháme během celého roku. Potravinové přebytky ze všech našich prodejen darujeme každý den místním charitativním organizacím, aby je předaly těm nejvíce potřebným. V aktivitě samozřejmě pokračujeme i během předvánočního a vánočního období. Letos k tomu navíc darujeme zeleninu na přípravu tuny charitativního bramborového salátu, který zpříjemní sváteční chvíle těm, již by si pokrm jinak nemohli dovolit,“ doplnila Iva Pavlousková, managerka externí komunikace Tesco Stores pro Českou republiku.

Za klasickou štědrovečerní tabuli utratí Češi průměrně kolem 3,5 tisíce korun – částku, která značně převyšuje rozpočet samoživitelů na celé vánoční svátky. Přes 80 procent Čechů bude 24. prosince večeřet bramborový salát. Kvůli rostoucím cenám potravin se jeho cena během loňských Vánoc meziročně zvýšila o 43 procent. Takový rozdíl je pro mnohé z řad samoživitelů již neúnosný. „Náš rozpočet je celý rok velmi napjatý, každý měsíc si nejsem jistá, zda vyjdeme. V loňském roce nám zvedli nájem, zdražily se energie i potraviny, nejmladší dcera navíc nastoupila letos do první třídy, s čímž byla spojena spousta výdajů. Vánoce slavíme každý rok velmi skromně, i když bych velmi ráda dětem dopřála vše, co si přejí. Bohužel to ale nejde, můj letošní rozpočet pro obě děti je tisíc korun, takže každé z nich najde pod stromečkem jen pár levných dárků. Cukroví nám daruje babička, jinak by nebylo vůbec, k večeři bude darovaný salát,“ uvedla samoživitelka Aneta, maminka dvou dětí.

Do projektu, který rodinám samoživitelů v nouzi zajistí štědrovečerní bramborový salát, se letos poprvé může zapojit i veřejnost. Sami lidé ovlivní počet porcí bramborového salátu, které se budou rozdávat. „Letos jsme se rozhodli naši tradiční darovací akci rozšířit mezi širokou veřejnost prostřednictvím sociálních sítích, kde se snažíme spotřebitele inspirovat k vyzkoušení různých variací bramborových salátů. Za každou fotku majonézy Hellmann's Originál, Hellmann's Delikátní nebo salátu, ve kterém byla použita majonéza Hellmann's, kterou bude veřejnost sdílet na našich sociálních sítích, darujeme porci bramborového salátu. Na instagramu stačí takovou fotku nahrát do svého instastory a označit profil @hellmannns\_czsk. Na facebooku stačí sdílet fotku pod naším adventním postem na profilu Hellmann's\_CZSK označeným „Pomáhejte sdílením”. Všechny fotky následně sečteme a 21. prosince rozvezeme porce bramborového salátu do zapojených dobročinných organizací po celém Česku. Mezi tyto organizace se zapojil například Český červený kříž nebo Armáda spásy,“ popsala Silvie Dittertová.

V tiskové zprávě byla použita data z průzkumů organizace neviditelni.org, Trinity Bank a ČBA

**KONTAKT PRO MÉDIA:**

**Mgr. Petra Ďurčíková mediální konzultant**

****

**+420 733 643 825,** petra@pearmedia.cz**,** [pearmedia.cz](http://www.pearmedia.cz)

**HELLMANN'S,** [**www.hellmanns.cz**](http://www.hellmanns.cz)

Od zrodu první majonézy Hellmann's uběhlo už více než 100 let. Tehdy ji ve svém obchůdku v New Yorku začal prodávat Richard Hellmann. Modrá stuha, kterou svoji novinku ovázal, je dodnes symbolem kvalitních ingrediencí. Čeští spotřebitelé mohli poprvé ochutnat výrobky Hellmann's v roce 1992, kdy firma Best Foods koupila od tehdejších státních Drůbežářských závodů výrobní závod v Zábřehu na Moravě a začala tam vyrábět majonézu a tatarskou omáčku Hellmann's. V roce 2000 převzala tehdy již nadnárodní firmu Best Foods britská národní korporace Unilever, která se řadí na jedno z předních míst nejen v potravinářském průmyslu. Filozofií značky Hellmann's je stát na straně jídla. Ambicí je vyrábět takové produkty, které jsou dobré pro nás i naši planetu. Proto je receptura postavena na udržitelných surovinách. Značka Hellmann's ve svých majonézách, tatarských omáčkách a salátových dresincích používá 100 % vajec z volného chovu. V Hellmann's nabídce najdete i produkty se sníženým obsahem cukru nebo zcela veganské alternativy. Firma se zaměřuje i na boj proti plýtvání potravinami v domácnostech, mimo jiné spolupracuje se spolkem Zachraň jídlo, ale i s občanským sdružením Free Food na Slovensku.

**O společnosti Unilever,** [**www.unilever.cz**](https://www.unilever.cz/)**,** [**www.unilever.com**](http://www.unilever.com)

Unilever je jedním z předních světových dodavatelů produktů osobní péče a krásy, péče o domácnost, potravin a zmrzlin, s prodejem ve více než 190 zemích a produkty používanými 3,4 miliardami lidí každý den. Zaměstnává 127 000 lidí, v roce 2022 dosáhl tržeb v hodnotě 60,1 miliard eur. V domácnostech po celém světě najdete přibližně 400 značek, včetně ikonických světových značek jako Dove, TRESemmé, Rexona, Axe, Hellmann’s, Knorr, Magnum, Domestos a Surf, a dalších značek jako Love Beauty & Planet, Seventh Generation či The Vegetarian Butcher. Mezi lokální poklady pak patří např. značka Míša a Savo. Vizí společnosti je být světovým lídrem v oblasti udržitelného podnikání. Strategie udržitelnosti, tzv. Unilever Compass, se zaměřuje na aktuální výzvy dnešní doby, a to hlavně v oblasti sociální a enviromentální. Velmi důležitou roli hrají inovace a jejich silná podpora. Unilever byl založen v roce 1930 a svou českou pobočku zřídil v roce 1991. Unilever v Česku a na Slovensku zaměstnává cca 380 zaměstnanců.