**Společnost Hellmann´s rozdala samoživitelům tunu bramborového salátu**

**PRAHA 22. PROSINCE 2023 – Do celkem 60 dobročinných organizací po celém Česku se ve čtvrtek 21. prosince rozjeli zástupci společnosti Hellmann´s, aby předali rodičům samoživitelům tisíce nachystaných porcí bramborového salátu.**

Společnost Hellmann´s v předvánočním období lidem v nouzi rozdává bramborový salát už čtyři roky, letos se jejich darovací akce zaměřila výhradně na samoživitele, pro které je konec roku jedním z nejnáročnějších období. „Loni jsme spolupracovali s 30 dobročinnými organizacemi, kterým jsme darovali dva tisíce porcí salátu, což je přes 400 kilogramů. V letošním roce spolupracujeme už s více než 60 organizacemi po celém Česku, kterým jsme rozdali celkem pět tisíc porcí bramborového salátu, což je zhruba jedna tuna. Jsme rádi, že můžeme každý rok nabídnout pomoc většímu množství lidí. Letos jsme se zaměřili na samoživitele, pro které je období Vánoc velmi náročné. Věřím, že se nám podařilo několika tisícům samoživitelů Vánoce zpříjemnit,“ řekla Silvie Dittertová, brand managerka značky Hellmann´s.

Na akci se už od jejího začátku podílí také společnost Tesco, ta daruje na přípravu bramborového salátu zeleninu ze svých prodejen. „Na přípravu charitativního bramborového salátu věnujeme veškerou zeleninu každoročně. Stejně jako v minulých letech i letos máme radost z toho, že se do přípravy salátu chtějí zapojit osobně i naši zaměstnanci. Akci chápeme jako další příležitost, jak můžeme podpořit samoživitele. Po celém Česku dlouhodobě spolupracujeme s místními charitativními organizacemi ať už formou darování potravinových přebytků potřebným, nebo prostřednictvím unikátního grantového programu ‚Vy rozhodujete, my pomáháme',“ uvedla Iva Pavlousková, managerka externí komunikace Tesco Stores pro Českou republiku.

Bramborový salát je pro většinu lidí jedním ze symbolů Vánoc, samoživitelé si ho ale velmi často musejí odepřít. „Někomu se může zdát, že je taková pomoc zbytečná, pro nás ale znamená mnoho. Pravá štědrovečerní večeře k vánoční atmosféře patří a to, že jsem nemusela řešit, zda na její přípravu zbydou v rodinném rozpočtu peníze, byla velká úleva,“ řekla Ivana, samoživitelka a maminka dvouleté Aničky a pětiletého Františka.

**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 miliardy lidí každý den. Zaměstnává 127 000 lidí, v roce 2022 dosáhl tržeb v hodnotě 60,1 miliardy 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 environmentální. 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.