
„Maseczka nie zmienia wieku. W Żabce alkohol sprzedajemy odpowiedzialnie!” – nowa kampania społeczna sieci

W czasach obostrzeń związanych z epidemią oraz wynikającego z nich obowiązku zakrywania nosa i ust, identyfikacja wieku kupujących alkohol stała się dla sprzedawców jeszcze trudniejsza. Dlatego promując odpowiedzialną sprzedaż alkoholu, sieć Żabka rusza z kampanią społeczną „Maseczka nie zmienia wieku. W Żabce alkohol sprzedajemy odpowiedzialnie!”, skierowaną do franczyzobiorców i pracowników sklepów. W ten sposób sieć zwraca uwagę na istotę i skalę problemu sprzedaży alkoholu nieletnim oraz przeciwdziała sprzedaży niezgodnej z prawem i wartościami wyznawanymi przez Żabkę.

– *Odpowiedzialnie podchodzimy do sprzedaży alkoholu w naszej sieci, dlatego w związku z utrudnioną przez sprzedawców oceną wieku klientów noszących maseczki, wystartowaliśmy z kampanią „Maseczka nie zmienia wieku. W Żabce alkohol sprzedajemy odpowiedzialnie!”. W ramach tego projektu przypominamy naszym franczyzobiorcom i pracownikom sklepów o obowiązujących przepisach i angażujemy ich w temat właściwego postępowania wobec niepełnoletnich klientów, którzy chcieliby kupić alkohol w naszej sieci – mówi Adam Manikowski, Wiceprezes Zarządu firmy Żabka Polska.*

W ramach kampanii Żabka przygotowała dla franczyzobiorców i pracowników sklepów specjalne ulotki. Sprzedawcy znajdą w nich wskazówki ułatwiające asertywną odmowę sprzedaży alkoholu nieletnim i zasady dotyczące egzekwowania okazania dowodu przez kupujących. Sieć zachęca także do noszenia przez personel sklepów specjalnych przypinek z hasłem kampanii. Plakietki przyklejone w widocznym miejscu koszulki czy polaru mają sygnalizować klientom, że sprzedawcy są świadomi problemu identyfikacji wieku kupujących, wynikającego z noszenia maseczek i pomimo tych trudności nie sprzedają alkoholu osobom nieuprawnionym.

Sprzedaż alkoholu osobom poniżej 18. roku życia jest w Polsce przestępstwem. Mimo to alkohol jest najbardziej rozpowszechnioną i dostępną używką wśród niepełnoletniej młodzieży.

– *Życie towarzyskie nastolatków w ostatnich tygodniach trochę się zmieniło, ale bynajmniej... nie stanęło w miejscu. Wspólne imprezowanie stało się jednym ze sposobów „oswajania” pandemii i odreagowywania lęków. Mam 16-letniego syna i często ze sobą rozmawiamy. Zakup alkoholu przez osobę w jego wieku nie stanowi żadnego problemu, wystarczy maseczka na twarzy i już nikt nie pyta o dowód. Młodzież szybko to zrozumiała i chętnie z tego korzysta. W tej sytuacji to dorośli, a nie młodzież powinni okazać się dojrzałością i odpowiedzialnością. Choć prawo wcale się nie zmieniło, to wielu sprzedawców poczuło się „zwolnionych” ze swoich obowiązków. Tym bardziej należy docenić działania na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu, jakie właśnie teraz, w okresie pandemii, podejmuje sieć Żabka. Jako rodzic bardzo to doceniam i z uznaniem odnoszę się do rzetelnych sprzedawców, którzy pamiętają, aby zawsze prosić o dowód, gdy młodo wyglądający chłopak lub dziewczyna chcą kupić alkohol – mówi Bogusław Prajsner, socjolog, badacz społeczny, szef Ogólnopolskiego Stowarzyszenia RoPSAN - Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim, były wicedyrektor Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.*

Żabka od lat wspiera swoich franczyzobiorców w realizacji obowiązku odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu. Sieć regularnie szkoli osoby prowadzące sklepy w zakresie przepisów zawartych w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Przygotowała także szkolenia na platformę e-learningową, dzięki którym franczyzobiorcy mogą również przeszkolić swoich pracowników. Szkolenia zawierają filmy i animacje uczące asertywnych zachowań w sytuacjach próby kupna alkoholu przez osoby nieuprawnione. W sklepach Żabka przy nabijaniu alkoholu na paragon, na ekranie kasy sprzedawcy wyświetla się komunikat przypominający o konieczności potwierdzenia pełnoletności klienta.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 6600 placówek prowadzonych przez 5000 franczyzobiorców pod marką Żabka. Na przestrzeni dwudziestu lat działalności na polskim rynku, Spółka zdobyła pozycję lidera segmentu sprzedaży *convenience*. Nasze sklepy są odwiedzane codziennie przez ponad 2,5 milionów klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. Nasz biznes rozwijamy odpowiedzialnie. Do filarów CSR Spółki należą: dbałość o środowisko naturalne, odpowiedzialna sprzedaż żywności, rozwój osobisty i edukacja, wsparcie lokalnych społeczności, a także dbałość o zdrowie i aktywny styl życia. Więcej informacji o sklepach Żabka na: www.zabka.pl. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509