KDYŽ SE NAKUPOVÁNÍ STÁVÁ CESTOU K SAMOSTATNOSTI: PENNY A STROPOFFKA PODPORUJÍ DĚTI S ATYPICKÝM VÝVOJEM

Praha, 2. listopadu 2026

Prodejna PENNY na pražském Kamýku se každé úterý mezi 9 až 12 hodinou stává tréninkovým centrem pro děti s atypickým vývojem. Přibližně dvacet dětí ve věku od 6 do 18 let se zde za běžného provozu postupně učí zvládat jednotlivé kroky nákupu – od vstupu do prodejny přes orientaci mezi regály až po zaplacení. Zkušenosti z pilotního projektu poslouží k vytvoření metodiky využitelné rodinami, asistenty i organizacemi napříč Českem.

Běžný nákup potravin je pro většinu lidí rutinní záležitostí. Pro děti s poruchou autistického spektra, ADHD, vývojovou dysfázií nebo jinou podobou atypického vývoje však může představovat mimořádně náročnou situaci. Hluk, intenzivní osvětlení, větší množství lidí nebo nečekané podněty často vyvolávají stres či senzorické přetížení.

Společný projekt PENNY a StropOFFky proto dětem umožňuje seznamovat se s prostředím prodejny postupně, opakovaně a vlastním tempem. Nácvik probíhá od poloviny září v prodejně PENNY v Mariánské ulici na pražském Kamýku.

„Jako dobrý soused chceme, aby se v našich prodejnách cítili vítáni všichni zákazníci. Pro některé rodiny může být i běžný nákup velkou zátěží. Proto jsme StropOFFce poskytli prostředí prodejny, připravili naše zaměstnance a vytvořili podmínky, ve kterých si děti mohou jednotlivé situace bezpečně a opakovaně vyzkoušet. Zároveň chceme přispět k tomu, aby veřejnost lépe rozuměla tomu, proč některé děti potřebují více času, prostoru a podpory,“ říká **Markéta Smutná, manažerka korporátní komunikace PENNY**.

Pro někoho je prvním úspěchem už parkoviště

Nácvik probíhá v malých skupinách, které doprovázejí odborní pracovníci StropOFFky. Každé dítě začíná na jiné úrovni. Zatímco některé může při první návštěvě zvládnout několik kroků nákupu, pro jiné může být prvním úspěchem už příjezd na parkoviště, přiblížení se ke vchodu nebo krátký pobyt uvnitř prodejny.

„Úspěch nemůžeme u všech dětí měřit stejně. Pro jedno dítě je velkým krokem vstoupit do prodejny, jiné se učí najít výrobek, počkat ve frontě nebo komunikovat u pokladny. Cílem nemusí být okamžitě samostatný nákup, ale to, aby ho rodina zvládla s menším stresem a větší jistotou,“ vysvětluje **Bohuslav Jakubec, ředitel a zakladatel neziskové organizace StropOFFka a odborný garant projektu**.

Skutečná prodejna přináší skutečné situace

Markéta Smutná
Manažerka korporátní komunikace
Penny Market s.r.o. , Počernická 257 - 250 73 Radonice
Tel: +420 771 259 283
E-mail: marketa.smutna@penny.cz Internet: www.penny.cz

Program vychází z metodiky připravené odborným týmem StropOFFky. Děti se postupně seznamují s prostředím prodejny, učí se hledat zboží, pracovat s nákupním seznamem a cenovkami, plánovat nákup, čekat ve frontě, komunikovat s personálem a zaplatit. Součástí nácviku jsou také méně předvídatelné situace, například když hledaný výrobek není skladem, změnila se jeho cena nebo byl přemístěný.

Pro nácvik placení mají děti k dispozici vyhrazenou pokladnu. Cílem je postupně snižovat míru podpory podle možností každého dítěte. Zaměstnanci PENNY jsou na projekt proškoleni a vědí, jak dětem poskytnout potřebný čas a přirozeně reagovat na jejich individuální způsob komunikace.

Protože projekt probíhá za běžného provozu zákazníci jsou prostřednictvím informačních materiálů požádáni, aby dětem poskytli prostor a do nácviku sami nezasahovali. Projekt zároveň pomáhá bořit zažité předsudky. Pomalejší reakce, jiný způsob komunikace či zvýšená citlivost na okolní podněty mohou být spojeny s atypickým vývojem, nikoli s nevhodným chováním.

Klidnější prostředí pomáhá, metodický nácvik učí

Na rozdíl od klidných či modrých hodin, které upravují podmínky nákupu, se projekt zaměřuje na rozvoj dovedností v běžném provozu. *„Právě možnost pracovat s dětmi v reálném prostředí a přizpůsobovat postup jejich individuálním potřebám dává projektu mimořádnou hodnotu,“* doplňuje **Bohuslav Jakubec**.

Z jedné prodejny do celého Česka

Pilotní projekt navazuje na přístup vyvinutý organizací StropOFFka, který několikaměsíční nácvik v PENNY umožní dále rozvíjet a ověřit v praxi. Výsledkem bude ucelená metodika nácviku samostatného nakupování.

O společnosti PENNY MARKET Česká republika

Společnost Penny Market s.r.o. je dceřinou společností mezinárodního obchodního řetězce REWE, který je jednou z největších světových obchodních společností. Na český trh vstoupil Penny Market v roce 1997 a zaměřil se zejména na rozvoj prodejní sítě v regionech. Díky tomu dnes provozuje skoro 450 prodejen, tedy nejširší síť v ČR, a poskytuje práci téměř 9 700 zaměstnancům. Pravidelně slaví úspěchy v programu Volba spotřebitelů a svým zákazníkům nabízí věrnostní program PENNY karta.

Markéta Smutná
Manažerka korporátní komunikace
Penny Market s.r.o. , Počernická 257 - 250 73 Radonice
Tel: +420 771 259 283
E-mail: marketa.smutna@penny.cz Internet: www.penny.cz