

ZAMĚŘENO NA MUŽSKÉ ZDRAVÍ: PENNY PŘICHÁZÍ S KAMPANÍ, CO „MÁ KOULE“.

Praha, 1. listopadu 2025

Řetězec PENNY pokračuje ve svých dlouhodobých aktivitách zaměřených na podporu lidského zdraví. Po osvětových kampaních v oblasti první pomoci a po úspěšné virální kampani PRSA, která s nadhledem a odvahou otevřela téma prevence rakoviny prsu, přichází PENNY s novým projektem zaměřeným na zdraví mužů. Kampaň s názvem „KOULE“ má za cíl zvýšit povědomí o prevenci rakoviny prostaty a varlat – nemoci, které ročně postihnou asi 8 400 mužů v České republice. Ambasadorem kampaně je bojovník smíšených umění Karlos Vémola, odborný dohled pak má známý záchranář Marek Dvořák. Součástí projektu jsou také vánoční ozdoby - „kouličky“, jejichž koupí mohou zákazníci přímo podpořit neziskovou organizaci Loono. PENNY se podpoře lidského zdraví a prevenci věnuje systematicky.

Kampaň KOULE staví na ústředním sloganu „Nabídka, co má koule“, který doprovodí sugestivní vizuály s Karlosem Vémolou. *“Několikrát za svou kariéru ukázal, že se ničeho nezalekne, že prostě ‘má koule’. Svou účastí v kampani chce inspirovat muže, aby se ani oni nezalekli prevence a zodpovědně se starali o své zdraví,”* říká **šéf strategického marketingu PENNY Vít Vojtěch**. *“Prevence rakoviny varlat a prostaty není nedůstojná ani slabošská. Naopak je k ní potřeba velká dávka odvahy. Tu v naší odvážné kampani chceme dodat mužům napříč generacemi,”* doplňuje.

Kampaň ale začala svou pouť již v říjnu “teasingovou částí” nazvanou “Nabídka, co stojí za to / Nabídka, která má koule” s vizuály potravin dvojsmyslně odkazujícími na citlivé části mužského těla. Objevila se na billboardech, CLV plochách, sociálních sítích v letácích a tištěné inzerci. Zejména v on-line prostoru vzbudila teasingová část značnou pozornost. *“Přesně to jsme chtěli, vzbudit zájem a připoutat pozornost pro hlavní část kampaně, kde už jde o prevenci mužského zdraví,”* doplňuje Vít Vojtěch. Mix médií se rozšiřuje o PR nástroje a televizní reklamu.

Autorem kampaňových vizuálů pro tuto část kampaně s hlavní tváří Karlosem Vémolou je **fotograf Tomáš Třeštík**. Ten fotografiím vtiskl autenticitu a zároveň hravý, sebevědomý tón. *„Bylo pro mě důležité, aby fotky působily přirozeně, ale zároveň měly – stejně jako samotná myšlenka kampaně – odvahu,”* vysvětluje Třeštík.

Chybět nebude ani komunikace přímo v prodejnách PENNY. Sortiment totiž rozšíří speciální “vánoční koule” s motivem kampaně. Výnos z jejich prodeje poputuje na účet neziskové

Mgr. Kamila Kottbauerová

Specialistka komunikace

Penny Market s.r.o. , Počernická 257 - 250 73 Radonice

Tel: +420 771 241 594

E-mail: kamila.kottbauerova@penny.cz Internet: www.penny.cz

organizace **Loono**, která se dlouhodobě věnuje osvětě v oblasti prevence onkologických a kardiovaskulárních onemocnění.

Samovyšetření je základ

Rakovina varlat je nejčastějším nádorovým onemocněním u mladých mužů. Nejrizikovější skupinou jsou muži mezi 15. a 40. rokem života. Přesto se podle odborníků o onemocnění stále mluví málo a tolik důležité samovyšetření velká část populace zanedbává. Přitom pouhých několik minut jednou měsíčně může být klíčovým krokem k včasnému odhalení nemoci. Podobně zásadní je i preventivní vyšetření prostaty, které by muži měli pravidelně absolvovat po padesátém roce věku, u rizikových skupin dokonce dříve.

„V České republice ročně onemocní rakovinou prostaty přibližně 8 000 mužů, rakovinou varlat pak zhruba 400 mužů. Samovyšetření spojená s pravidelnou prohlídkou u urologa tak mohou bez přehánění zachránit život,“ apeluje **MUDr. Marek Dvořák**, který má nad projektem odborný dohled.

PENNY se lidskému zdraví věnuje dlouhodobě

Kampaně na prevenci rakoviny prsou a varlat nejsou zdaleka jedinými aktivitami, na které v oblasti lidského zdraví řetězec zaměřil. Velmi úspěšné byly jeho dva projekty v oblasti první pomoci, u kterých se rovněž spojil se záchranářem Markem Dvořákem. V loňském roce se zaměřil dospělá a letos na děti. V obou případech zdarma zpřístupnil lidem záchranářovy on-line kurzy první pomoci a projekty doprovodil osvětovou kampaní. Výsledkem je více než 110 tisíc kurzů, které si lidé z webu díky PENNY bezplatně stáhli.

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 téměř 430 prodejen, tedy nejširší síť v ČR, a poskytuje práci více než 6 000 zaměstnanců. Pravidelně slaví úspěchy v programu Volba spotřebitelů a svým zákazníkům nabízí věrnostní program PENNY karta.

Mgr. Kamila Kottbauerová

Specialistka komunikace

Penny Market s.r.o., Počernická 257 - 250 73 Radonice

Tel: +420 771 241 594

E-mail: kamila.kottbauerova@penny.cz Internet: www.penny.cz

