

HÝBEME SE HEZKY ČESKY: ROZHODUJÍCÍ FÁZE STARTUJE!

Praha, 1. září 2021

Na jaře letošního roku odstartovalo PENNY ve spolupráci s Českou obcí sokolskou a Asociací školních sportovních klubů projekt na podporu návratu dětí ke sportu HÝBEME SE HEZKY ČESKY. Cíl je jednoduchý: vrátit děti ke sportu, vrátit jim radost z pohybu a zmírnit následky uplynulého více než roku, kdy měly děti značně omezenou možnost pohybu, a během kterého přibylo dětí s nadváhou. Nyní projekt vstupuje do své rozhodující fáze.

Distanční výuka, zavřená sportoviště, nedostatek pohybu, to vše se se zpožděním začíná projevat na zdraví našich dětí. „Potvrzuje se, to, co dlouhá léta víme, ale v dnešní době často podceňujeme. A to, jak je pro děti a jejich zdravý vývoj sport a pohyb samotný zásadní. Podle údajů ministerstva zdravotnictví má více než pětina dětí ve věku 11 až 15 let nadváhu nebo je obézní. Během lockdownu těchto dětí přibylo, a to podle některých údajů přibližně o 4 %. Může to znít jako malé procento, ale ono to znamená, že prakticky každé třetí dítě má problémy s nadváhou (nárůst z 25 % na 29 %)“, varuje sportovní psycholožka a lékařka PhDr. Lenka Čadová a dodává: „Nadváha a obezita má přímou souvislost s psychikou dítěte. Jestliže se necítí fyzicky v pohodě, pak není v pohodě ani po psychické stránce. Zvláště došlo-li k tak zásadní změně během krátké doby. Mohou se zhoršit nejen jeho školní výsledky, ale v kombinaci s omezením sociálních kontaktů dítě, zvláště v pubertálním věku, snadno podlehne nespokojenosti se sebou samým, a může začít propadat do depresí. Následky pak můžeme napravovat léta, a k tomu je zapotřebí ho, co nejdříve vrátit do kolektivu a k pohybu, tedy ideálně ke sportu.“



Do projektu, jehož cílem je podpořit děti po celé zemi, a záměrně nemá jednoho jediného vítěze, se přihlásilo více než 1 100 týmů ze všech koutů celé republiky. „Bylo by snadné vypsát jednu velkou cenu a udělat okolo toho kampaň. Naším cílem je ovšem skutečně pomoci, a pomoci, co nejvíce dětem. Podpořit kluby a pomoci jim vytvářet podmínky k tomu, aby mohli po přerušení své činnosti znovu pracovat, a věnovat se dětem i v těch nejmenších obcích a městech“, vysvětluje Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY. Ze všech přihlášených veřejnost v červnu hlasováním na internetu rozhodla o 455 finalistech. Ti se nyní ve finálovém hlasování na prodejnách utkají o konkrétní výši podpory. Hlasovat se bude na takřka 400 prodejnách PENNY, přičemž celá země je rozdělena na 150 mikroregionů. Tým, který dostane v daném místě nejvíce hlasů obdrží podporu 15 000 korun, zbývající dva finalisté pak po 5 000 korunách. Všechny týmy pak dostanou balíčky zdravé výživy pro celý tým.

Ing. Tomáš Kubík

Manažer komunikace / Tiskový mluvčí

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

Tel.: +420 284 096 183

E-mail: tomas.kubik@penny.cz Internet: www.penny.cz

Do poslední fáze projektu HÝBEME SE HEZKY ČESKY vstupuje 455 sportovních týmů a klubů z celé České republiky na stejné startovní čáře. *„Už na samotném začátku jsme byli příjemně překvapeni zájmem ze strany týmů, za který vděčíme i našim partnerům, tedy Asociaci školních sportovních klubů a České obci sokolské a jejich aktivní podpoře a propagaci“*, okomentoval začátek projektu Vít Vojtěch, vedoucí strategického marketingu PENNY a dodává: *„Nyní bude moci každý, kdo chce podpořit právě ten svůj tým v daném mikroregionu přijít na prodejnu a dát mu svůj hlas. Ne jeden, ale pokaždé, když nakoupí, bude mít možnost vhodit svůj hlas do připravených hlasovacích boxů. Očekáváme, že to bude napínavé až do samotného konce, protože jen jeden ze tří finalistů dostane podporu v hodnotě 15 000 korun a nikdo nebude po celou dobu hlasování oproti internetové podobě znát stav hlasování.“* Fanoušci, příznivci i veřejnost tedy v následujících týdnech rozhodnou o tom, jak vysoké podpory se jednotlivým týmům dostane. Ve které prodejně mohou dát lidé hlas právě svému týmu zjistí snadno na webu: www.hybemesehezkycesky.cz.

Čtyři týmy ze všech přihlášených navíc dostávají v rámci projektu ojedinělý zážitek. Na návštěvu exkluzivního VIP boxu na vybraném zápase na pražské Slavii se může těšit TJ Sokol Plzeň V a ZŠ ČSA Veselí nad Lužnicí. A zážitek při natáčení reklamy na tuto fázi projektu si užili TJ Sokol Lány a Základní škola Rousínov.

I v další fázi projektu bude pokračovat 360stupňová komunikační kampaň, včetně TV spotu, propagace projektu v tištěných médiích, na billboardech, v on-line prostředí i na sociálních sítích. Pro třetí fázi projektu byl natočen nový televizní spot, v němž hrají děti z vylosovaných týmů, kteří se rovněž stali tvářemi této části projektu.

Projekt podporují také známí sportovci a osobnosti českého sportu. Od samotného počátku jsou to fotbaloví internacionálové Vladimír Šmicer a Jan Koller, olympijský vítěz v moderním pětiboji z Londýna David Svoboda a mladí sportovci Sokola atletka Barbora Malíková, florbalista Filip Langer a šermíř Alexander Choupenitch. Nyní se k nim přidávají populární bojovník MMA Makhmud Muradov, sportovní komentátor Petr Svěcený a fotbalista SK Slavia Praha Ondřej Kúdela.

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 před 24 lety v roce 1997, a zaměřil se na rozvoj nových prodejen v regionech. Díky tomu dnes provozuje více než 395 prodejen, což je nejširší síť v ČR, a poskytuje práci více než 5 600 zaměstnancům. Pravidelně slaví úspěchy v programu Volba spotřebitelů a svým zákazníkům nabízí věrnostní program PENNY karta.

Ing. Tomáš Kubík

Manažer komunikace / Tiskový mluvčí

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

Tel.: +420 284 096 183, Mob.: +420 722 184 427

E-mail: tomas.kubik@penny.cz Internet: www.penny.cz

The logo consists of the word "PENNY" in white, bold, sans-serif capital letters, centered on a solid red rectangular background.