

TISKOVÁ ZPRÁVA NADACE PARTNERSTVÍ

Vyberte místa, kde se budou na podzim sázet stromy

Brno (17. července 2017) – Dnes odstartoval již osmý ročník internetového hlasování Stromy místo letáků. Díky němu má veřejnost každoročně možnost vybrat, kde se vysadí nové stromy. O finance na podzimní výsadbu letos soupeří 12 projektů. Nadace Partnerství částku 150 tisíc korun rozdělí mezi ty výsadby, které svým hlasem podpoří nejvyšší počet lidí. Hlasování Stromy místo letáků probíhá až do 31. července na webu partnera projektu, společnosti MAKRO Cash & Carry. Cílem celé iniciativy je motivovat zákazníky k odběru elektronických letáků, které oproti papírovým nezatěžují přírodu, a zároveň výsadbami zlepšovat životní prostředí.

Pozn. Informace o výsadbě z vašeho kraje a kontakty viz příloha.

*„**Za každého zákazníka** nově odebírajícího elektronickou verzi letáků, věnovala naše společnost **Nadaci Partnerství 20 Kč**. Návštěvníci webu mohou nyní jednoduchým kliknutím rozhodnout, mezi které podzimní výsadby se nashromážděných **150 tisíc Kč** rozdělí. Hlasovat je možné do **31. července**,“* vysvětluje Romana Nýdrle z MAKRO Cash & Carry.

O grant na výsadbu stromů soutěží celkem **12 projektů z 9 krajů**. „*Letošní projekty chtějí zejména obnovit **aleje** kolem méně **rušných a polních cest či cyklostezek**, ale také vytvořit veřejnosti přístupné **sady**, v nichž by se zachovaly **staré odrůdy ovoce** pro další generace. Všechny v podstatě usilují o zpříjemnění prostoru a vytvoření míst, kde se budou moci lidé procházet, setkávat nebo odpočívat,*“ říká koordinátorka grantů Zuzana Šeptunová z Nadace Partnerství a dodává, že s výsadbou vítězných projektů někde pomohou děti s rodiči a učitelé jinde zase dobrovolníci z řad místních obyvatel a spolků. Výsadba tak posílí jejich starost o životní prostředí a podpoří zájem o aktivní život v obcích.

Iniciativa Stromy místo letáků úspěšně funguje již **osmým rokem**. Za tuto dobu se podařilo vysadit již **2 606 stromů a keřů** v místech, kde lidem chyběly a byly potřeba. Například v loňském roce se do internetového hlasování zapojilo **téměř 5 tisíc lidí**, kteří k výsadbám zvolili **sedm lokalit** (obce Budiměřice, Boršice, Brtnice, Brno, Markvartice, Kravaře, Velvary). Více než pět stovek dobrovolníků z řad místních obyvatel v nich pak na podzim vysadilo **353 nových dřevin**.

Odkaz na hlasování: www.makro.cz

Kontakt:

Adéla Mráčková, PR a komunikace, Nadace Partnerství, e-mail: adela.mrackova@nap.cz, **tel.:** 515 903 123, **mobil:** 721 468 231

Romana Nýdrle, Head of Corporate Communications, MAKRO Cash & Carry ČR, e-mail: romana.nydrle@makro.cz, **tel.:** 251 111 521, **mobil:** 603 850 545

TISKOVÁ ZPRÁVA NADACE PARTNERSTVÍ

Nadace Partnerství pomáhá lidem pečovat o životní prostředí. Poskytuje jim k tomu granty, odborné služby a inspiraci ze zahraničí. Podporuje kvalitní veřejná prostranství, zelené stavění, vzdělávání, zeleň ve městě i v krajině, zklidňování dopravy, šetrnou turistiku a ochranu přírody. Každoročně vyhlašuje oblíbenou celostátní anketu Strom roku, založila tradici Festivalu otevřených sklepů, v Brně postavila vzdělávací centrum Otevřená zahrada určené pro environmentální vzdělávání žáků škol, dospělých i studentů univerzit.
www.nadacepartnerstvi.cz

Granty na výsadbu stromů uděluje Nadace Partnerství každým rokem. Jejich cílem je zkvalitnění životního prostředí, zapojování široké veřejnosti do sázení stromů i podpora spolupráce mezi místními organizacemi. Maximální výše grantu je 30 tisíc korun. Od roku 2004 se díky finančním příspěvkům nadace a dobrovolné práci aktivních lidí podařilo v České republice vysadit téměř 58 tisíc stromů a keřů. Podrobné informace jsou dostupné na www.nadacepartnerstvi.cz v sekci Granty.

METRO/MAKRO Cash & Carry provozuje více než 750 samoobslužných velkoobchodů ve 26 zemích. Společnost celosvětově zaměstnává přibližně 117 000 lidí a za fiskální rok 2013/2014 dosáhla prodejů v celkové výši 31 miliard EUR. METRO Cash & Carry tvoří prodejní divizi skupiny METRO GROUP, která je jednou z největších mezinárodních retailových společností. Za fiskální rok 2013/2014 dosáhl její obrát 63 miliard EUR. Společnost působí v 31 zemích, má 250 000 zaměstnanců a provozuje zhruba 2 200 obchodů. Výkon skupiny METRO GROUP je založen na síle obchodních značek, které působí nezávisle ve vlastních tržních segmentech: METRO/MAKRO Cash & Carry jako světový lídr v oblasti samoobslužných velkoobchodů, Real mezi hypermarkety, Media Markt a Saturn jako evropský lídr v oblasti prodeje spotřební elektroniky, a Galeria Kaufhof v segmentu obchodních domů.