Warszawa, 6 sierpnia 2020 r.

**Lewiatan promuje lokalność i polskie produkty**

**Lewiatan rusza z kampanią „Wybieram lokalne”. Największa w Polsce sieć franczyzowa chce podkreślić, że lokalność to sposób działania Lewiatana od ponad 25 lat, który wynika z wartości firmy i siły lokalnych relacji 2.100 przedsiębiorców. Celem kampanii jest również pokazanie, dlaczego warto wspierać lokalność i wybierać produkty, które pochodzą od polskich rolników i producentów. Ważnym elementem działań będzie podkreślenie znaczenia „małych ojczyzn” i roli patriotyzmu gospodarczego. Jak pokazuje badanie IPSOS, z czerwca br., 2/3 Polaków czuje się odpowiedzialnych za wspieranie biznesów w ich sąsiedztwie, a kupowanie lokalnych produktów uważa za sposób na przezwyciężenie kryzysu gospodarczego.**

**Pochodzenie produktu coraz ważniejsze dla Polaków**

Dla wielu Polaków lokalne produkty są synonimem świeżości, wysokiej jakości, a tym samym wartości odżywczych i zdrowia. Kupowanie produktów od lokalnych producentów to jednocześnie sposób na wsparcie lokalnych biznesów, a przez to polskiej gospodarki. W badaniu *„Zwyczaje zakupowe Polaków”*[[1]](#footnote-1) połowa badanych odpowiedziała, że podczas zakupów często zwraca uwagę na pochodzenie produktów. Co czwarty Polak wskazał, że zawsze sprawdza skąd pochodzi produkt, który zamierza kupić.

–*Dziś coraz większa grupa Polaków świadomie sięga po lokalne produkty. Wybieramy je bo gwarantują nam jakość, świeżość, korzystny wpływ na zdrowie. Sięgamy po nie również dlatego, bo oznaczają zaufanie do produktu, producenta, dostawcy, przedsiębiorcy, który prowadzi sklep. Ten wybór oznacza też wsparcie dla gospodarzy sklepów oraz całej lokalnej społeczności. Jako firma, która od ponad 25 lat wspiera lokalność, lokalnych producentów i dostawców widzimy, jak ważny jest dziś aspekt relacji, lokalnych więzi, współpracy. Ta bliskość oraz fakt, że wiemy od kogo kupujemy to dziś ogromna wartość i wyróżnik naszej sieci. Lokalność nie jest dla nas modą. Lokalność wynika z naszych wartości i sposobów działania. Podobnie jest wśród naszych franczyzobiorców, którzy w ramach swoich biznesów budują i rozwijają relacje z dostawcami i producentami, wspierają lokalne inicjatywy, a ich sklepy są często centrum lokalnej społeczności* – **powiedział Robert Rękas, prezes zarządu Lewiatan Holding S.A.** *W skali kraju współpracujemy dziś z ponad 10.000 polskich dostawców i producentów, a droga produktów od lokalnego producenta do sklepu Lewiatana to średnio 20-50 km* **– dodaje Rękas.**

**Najlepsze produkty pochodzą z najbliższej okolicy**

W ramach kampanii „Wybieram lokalne” sieć Lewiatan planuje cykl wydarzeń, m.in. Festiwal Produktów Lokalnych, konkursy, materiały informacyjne i edukacyjne, wsparcie lokalnych inicjatyw. Kampanii towarzyszy również wzmocnienie ekspozycji lokalnych produktów dostępnych w sklepach Lewiatana.

**Lewiatan od ponad 25 lat wspiera lokalność i polskich przedsiębiorców**

Lewiatan powstał w 1994 r. z inicjatywy przedsiębiorców, jako odpowiedź na napływ do Polski zagranicznych sieci. Sieć Lewiatan zrzesza **2.100 polskich przedsiębiorców**, którzy prowadzą ponad 3.200 sklepów**.** Najczęściej są to rodzinne firmy. Dostawcy Lewiatana to lokalni dostawcy owoców i warzyw, piekarnie, masarnie. Sieć zapewnia pracę **30.000 pracownikom.** Angażuje się w rozwój lokalnych społeczności i wspiera lokalne inicjatywy.

Więcej informacji o kampanii na stronie: [www.wybieramlokalne.pl](http://www.wybieramlokalne.pl)

\*\*\*

Polska Sieć Handlowa Lewiatan to jedna z najdłużej funkcjonujących sieci franczyzowych oraz najbardziej rozpoznawalnych marek sklepów detalicznych na polskim rynku. Obecnie na terenie całej Polski zrzesza ponad 3.200 placówek handlowych zatrudniających 30.000 pracowników. PSH Lewiatan zajęła w 2019 roku 7. miejsce w rankingu „Największych pracodawców” w Rzeczpospolitej. Łączne obroty, które w 2019 roku przekroczyły 13,6 mld zł, stawiają Sieć w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce.

**Kontakt dla mediów:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Adam Imielski**Lewiatan Holding S.A.+48 663-865-504adam.imielski@lewiatan.pl  | **Monika Kułaga**On Board Think Kong+48 509-777-719mkulaga@obtk.pl |

1. Badanie SW Research, „Zwyczaje zakupowe Polaków”, lipiec 2020 [↑](#footnote-ref-1)