**Galeria Klif i Dom Mody Klif promują akcję Nie Bądź Plastik!**

**Galeria Klif w Gdyni i Dom Mody Klif w Warszawie zachęcają do walki z nadmiarem plastikowych odpadów. Marka aktywnie włącza się w kampanię Nie Bądź Plastik!, w ramach której obie galerie zaplanowały szereg akcji CSR, mających na celu edukowanie klientów i angażowanie ich do wspólnych działań. Nie zabraknie też konkursów.**

Marka Klif, która w swojej działalności ma silnie zakorzenione działania prospołeczne, zachęca do bardziej świadomego korzystania z plastiku. Wpisuje się tym samym w trend komunikowania na temat zagrożeń, z jakimi na co dzień zmaga się nasza planeta, edukowania w jaki sposób sami małymi krokami możemy zapobiegać katastrofie i do podejmowania oddolnych działań na rzecz poprawy stanu środowiska naturalnego.

 **Ekologicznie i aktywnie w Klifie**

*Nie Bądź Plastik!* to kampania edukacyjna, podjęta przez centra handlowe. Nie bez powodu informowanie społeczeństwa o zagrożeniach, jakie niesie za sobą bezmyślne i nadmierne korzystanie z plastiku, odbywa się właśnie w takich obiektach – to w nich bowiem dokonują się najczęstsze decyzje o kupowaniu, często plastikowych lub opakowanych plastikiem rzeczy. Akcja w obu obiektach marki Klif potrwa do końca roku. Zakłada długofalowe działania, mające na celu edukowanie klientów i angażowanie ich do wspólnych inicjatyw na rzecz środowiska naturalnego oraz lokalnych społeczności. Marka Klif zaplanowała m.in. wydarzenia promujące ideę dawania przedmiotom drugiego życia, takie jak zbiórka makulatury w zamian za sadzonki, zbiórka książek dla lokalnych bibliotek, zbiórka ubrań czy zbiórka zabawek, którymi dzieci straciły już zainteresowanie. Zebrane przedmioty zostaną następnie przekazane potrzebującym placówkom w okolicy (domy dziecka, świetlice środowiskowe, szpitale itp.). W planach są także działania promujące ruch i wspierające przy tym potrzeby lokalnych szkół lub – jak rajd rowerowy - integrujące lokalną społeczność. Marka pomyślała także o działaniach prozdrowotnych, mających na celu zachęcenie klientów do wykonywania badań profilaktycznych. Jednym z najważniejszych elementów, zwracających uwagę na problem plastikowych śmieci, będzie akcja sprzątania gdyńskiej plaży po lecie. Działania zaplanowane są tak, by każdorazowo, poza edukowaniem, wspierać organizacje charytatywne, lokalne placówki pomocowe czy osoby starsze. Wiele z inicjatyw, podejmowanych w ramach projektu, będzie kierowanych głównie do rodzin z małymi dziećmi, a ich przekazem będzie budowanie od najmłodszych lat odpowiedzialnych postaw społecznych. Nie zabraknie również akcji konkursowych na Facebooku, wspierających działania offline odbywające się na terenie obiektów. Galerie nie zapominają też o swoich najemcach, do których kierowane będą działania w ramach akcji, a nawet konkursy z nagrodami.

 **Wszechobecny, niepotrzebny**

Tony pływających w morzach i oceanach plastikowych torebek, którymi wskutek połknięcia lub zaplątania duszą się ryby, ptaki, żółwie, foki czy delfiny to nie fabuła filmów science fiction, ale nasza rzeczywistość. Tylko z polskiego Bałtyku nurkowie sprzątający po wakacjach jego dno wyławiają tysiące plastikowych śmieci. Wg Komisji Europejskiej, tworzywa sztuczne stanowią ponad 80 proc. odpadów morskich. Nie lepiej jest w lasach i miejskich parkach. By poszczególne śmieci uległy samo utylizacji potrzeba setek lub nawet tysiąca lat.

 Ograniczenie zużycia plastiku możemy łatwo zacząć od siebie. Sporą część plastikowych produktów można wykorzystać powtórnie lub zastąpić wielorazowymi. Od 22 lutego, w ramach akcji *Nie bądź plastik!,* będą o tym mówić obie galerie handlowe marki Klif.