



Warszawa, 18 września 2018

Informacja prasowa

Codziennie zakupy z wielką mocą pomagania

W 2017 roku ubóstwo obejmowało niemal 14% polskich gospodarstw domowych¹, dotykając przede wszystkim rodziny wielodzietne i dzieci. W działania na rzecz pomocy najuboższym włączyły się firmy Procter & Gamble i Carrefour Polska, które we współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem uruchamiają kolejną edycję programu „Mała pomoc, wielka radość”. Rodziny w potrzebie. Podopiecznych PCK będzie można wesprzeć podczas codziennych zakupów.

Pomoc nadal potrzebna

Pomimo nieznacznej poprawy wskaźników ubóstwa w Polsce, sytuacja najbiedniejszych rodzin nadal nie jest dobra. Szacuje się, że w Polsce niedostatkiem dotkniętych jest aż 1,1 mln dzieci², z których ponad 300 tysięcy żyje w skrajnym ubóstwie, nie posiadając środków na zapewnienie najbardziej podstawowych potrzeb.

Małe gesty mają ogromne znaczenie

Dostarczanie produktów, które podnoszą komfort codziennego życia i dbają o lepsze samopoczucie rodzin na całym świecie, to jeden z priorytetów Procter & Gamble. Dlatego głównym celem akcji „Mała pomoc wielka radość”, jest poprawa warunków życia najbardziej potrzebujących rodzin w Polsce: 1% ze sprzedaży produktów P&G w sklepach Carrefour w całym kraju będzie przekazany na ten cel odpowiednim oddziałom Polskiego Czerwonego Krzyża. Rodziny otrzymają także zestawy podstawowych produktów do higieny i pielęgnacji.

Wystarczy tak niewiele, by zatroszczyć się o dobre samopoczucie rodzin, a zwłaszcza naszych najmłodszych podopiecznych. Ubrania, jakie noszą rówieśnicy, najpotrzebniejsze rzeczy do nauki i zabawy, a także higieny osobistej – to niewielka pomoc, ale w istotny sposób wpływająca na ich rozwój. Wzmacnianie poczucia wartości i akceptacji to ważne elementy przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu. Według danych, którymi dysponujemy, niedostatek żywności, ubrań, środków czystości i higieny to także jedne z najważniejszych problemów z jakimi borykają się najuboższe rodziny – zwraca uwagę Małgorzata Szukała, Kierownik Działu Promocji i Pozyskiwania Dochodów PCK.

¹ 13,4% osób żyjących w gospodarstwach domowych w Polsce w 2017 znajdowało się w ubóstwie relatywnym. Główny Urząd Statystyczny, Zasięg ubóstwa ekonomicznego w Polsce w 2017 r., Opracowanie merytoryczne: Departament Badań Społecznych i Warunków życia Wydział Analiz Przekrojowych, Anna Bieńkuńska, 2018

² Dane Polskiego Czerwonego Krzyża na podst. Badań Głównego Urzędu Statystycznego



Kolejne edycje, coraz więcej radości podopiecznych

P&G wraz z PCK i Carrefour przeprowadzi akcję „Mała pomoc, wielka radość” już po raz czwarty. Jak wiele udało się osiągnąć podczas pierwszych trzech edycji pokazują liczby. Do tej pory dzięki projektowi, P&G przekazało aż 1500 rodzinom pomoc materialną pierwszej potrzeby w postaci zestawów produktów niezbędnych do pielęgnacji, higieny i czystości, takich jak: pieluszki Pampers, szampony Head & Shoulders, pasty do zębów Blend-a-Med, płyny do prania Ariel czy płyny do zmywania Fairy. Ponadto dzięki środkom zebranych podczas pierwszych dwóch edycji, ok 1400 rodzin otrzymało prawie 2000 wyprawek dla dzieci, w których znalazły się takie artykuły jak pościel, koce, poduszki, itp., ale też wyposażenie do pokoiw dzieci, pomoce szkolne i edukacyjne, ubrania czy buty. Co ważne, pomoc jest dopasowana do potrzeb podopiecznych PCK. Jeden z chłopców otrzymał wymarzony śpiwór, bez którego nie mógłby uczestniczyć w obozie harcerskim, dziewczynka mieszkająca na wsi, która pomaga rodzicom w gospodarstwie poprosiła o sprzęt do pielęgnacji zwierząt. Dzieci prosyły też o pompki do piłki, by móc uprawiać sport, czy ramki i tablice do pokoi, aby mogły powiesić swoje ulubione zdjęcia i przyozdobić swój kącik. Środki zebrane w trzeciej edycji programu są nadal wykorzystywane i pozwolą na przekazanie pomocy w postaci kolejnych 1500 wyprawek.

Pomaganie może być proste

Jesteśmy dumni, że dzięki partnerstwu z PCK i Carrefour możemy się przyczynić do poprawy codziennego życia najbardziej potrzebujących rodzin w Polsce. To co wyróżnia akcję „Mała pomoc, wielka radość” to jej prosty mechanizm. Konsumenci mają możliwość pomagania podczas codziennych zakupów, wybierając produkty do pielęgnacji czy też środki czystości swoich ulubionych marek takich jak Ariel, Gillette, Head & Shoulders, Pampers i wielu innych – mówi Justyna Rymkiewicz, Manager ds. Komunikacji z P&G.

Chcąc wesprzeć akcję wystarczy odwiedzić jeden ze sklepów Carrefour na terenie całej Polski i zakupić produkty P&G takie jak pieluszki i chusteczki Pampers, produkty do pielęgnacji włosów (Head & Shoulders, Pantene i Aussie), produkty do pielęgnacji tkanin i domu (Ariel, Vizir, Lenor, Fairy, AmbiPur), produkty do higieny intymnej (Always, Naturella, Discreet), produkty do higieny jamy ustnej (Oral-B i Blend-a-Med) oraz produkty Gillette, Gillette Venus i Old Spice.

Partnerstwo P&G z Carrefour Polska, jedną z największych sieci handlowych w Polsce, pozwala zaangażować się w akcję szerokiemu gronu konsumentów.

- Bardzo cieszy nas fakt, że wspólnie z P&G i PCK udało nam się pomóc tak wielu dzieciom z najuboższych rodzin. Widzieliśmy także zaangażowanie naszych konsumentów, co potwierdza fakt, że z każdą kolejną odsłoną akcji udaje nam się zebrać coraz większe środki, dzięki którym jeszcze więcej dzieci otrzymuje pomoc. Mamy nadzieję, że także w obecnej edycji, dzięki swoim codziennym wyborom, nasi klienci zechcą wesprzeć najbardziej potrzebujących – mówi Robert Noczeń, Sekretarz Generalny Carrefour Polska. – Carrefour



od początku swojej ponad 20-letniej działalności w Polsce kompleksowo podchodzi do swojego zaangażowania społecznego, a wspólne akcje z partnerami są dla nas szczególnie ważne, ponieważ razem możemy osiągnąć znacznie więcej, pomagając innym – dodaje.

Akcja „Mała pomoc, wielka radość” potrwa od 18 do 30 września br. we wszystkich supermarketach i hipermarketach sieci Carrefour w Polsce.

O PCK

Polski Czerwony Krzyż (PCK) jest największą organizacją humanitarną w Polsce, która wkrótce będzie obchodzić 100-lecie swojej działalności. Misją PCK jest zapobieganie ludzkim cierpieniom i łagodzenie ich skutków oraz ochrona ludzkiej godności, bez jakiegokolwiek dyskryminacji na tle narodowości, rasy, płci, przekonań religijnych lub politycznych. W ostatnim roku Polski Czerwony Krzyż udzielił pomocy socjalnej w formie paczek żywnościowych, odzieży i zapomóg pieniężnych, ponad 165 tysiącom potrzebującym. Poza opieką i pomocą socjalną PCK zajmuje się: niesieniem pomocy ofiarom klęsk żywiołowych i katastrof, upowszechnianiem międzynarodowego prawa humanitarnego, promocją honorowego krwiodawstwa, promocją właściwych zachowań zdrowotnych i ekologicznych, działalnością edukacyjną wśród dzieci i młodzieży, a także prowadzi szkolenia z pierwszej pomocy. Więcej o działaniach PCK na stronie www.pck.pl

O Procter & Gamble

P&G posiada jedno z najbardziej rozbudowanych portfolio wiodących marek, które cieszą się zaufaniem konsumentów na całym świecie. Są to m.in: Always®, AmbiPur®, Ariel®, Bounty®, Charmin®, Crest®, Dawn®, Downy®, Fairy®, Febreze®, Gain®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olay®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Tide®, Vicks® i Whisper®. P&G prowadzi działalność w około 80 krajach. Zapraszamy na stronę <http://www.pg.com>, aby dowiedzieć się więcej o firmie P&G i jej markach.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanalowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw. Carrefour, jako jeden z światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, którą posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour przyjmuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy wspólnie angażują się, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim produkty spożywcze wysokiej jakości, dostępne wszędzie i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com, oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour). Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.