



Warszawa, dn. 29.01.2020 r.

## **MARKA ALWAYS ŁĄCZY SIŁY Z POLSKIM CZERWONYM KRZYŻEM I INAUGURUJE KAMPANIĘ #AKCJADONACJA, BY POMÓC UCZENNICOM W POLSCE**

**Niemal 1 na 6 dziewcząt w Polsce opuściła zajęcia lekcyjne podczas miesiączki z powodu braku dostępu do artykułów higienicznych\* – wynika z najnowszych badań Procter&Gamble dotyczących ubóstwa menstruacyjnego. Razem z Polskim Czerwonym Krzyżem, marka Always prezentuje najnowszą kampanię #AkcjaDonacja, mającą na celu zmniejszenie skutków problemu ubóstwa menstruacyjnego w Polsce. Każdy może wesprzeć akcją kupując podpaski Always w okresie od 1 lutego do 15 marca.**

W wielu krajach miesiączka nadal jest tematem tabu, co niesie ze sobą wiele negatywnych konsekwencji. Nawet w najbardziej rozwiniętych aglomeracjach zdarza się, że uczennice tracą możliwość uczęszczania na lekcje z powodu braku dostępu do artykułów higienicznych. Problem ten najczęściej jest lekceważony, a społeczeństwo postrzega go jako wymówkę na szkolne nieobecności. Gdy brakuje podpasek czy tamponów, młode dziewczyny używają papieru toaletowego lub skrawków ubrań. Wpływa to jednak znacząco na ich komfort i samoocenę. Przez nieobecność w szkole, dziewczęta tracą kontakt z przyjaciółmi i możliwość uczestnictwa w aktywnościach, które są istotne dla budowania ich pewności siebie, a to z kolei jest niezwykle ważnym elementem dojrzewania. W Polsce problem ten dotknął niemalże 1 na 6 dziewcząt.

*Miesiączka jest bardzo ważnym elementem kobiecości. To naturalne, że dziewczęta chcą czuć się pewnie ze swoim ciałem w każdej sytuacji. Gdy nie mają możliwości zakupu podpasek, dopadają je trudne stany emocjonalne: niepokój, zawstydzenie, niepewność, wręcz poczucie winy. Z powodu braku właściwych środków higienicznych nastolatki nie mogą uczestniczyć w zwykłych aktywnościach: opuszczają zajęcia szkolne, odwołują spotkania z przyjaciółmi, izolują się, a w rezultacie mają zaległości i muszą tłumaczyć się z nieobecności. W związku z tym spada ich pewność siebie, samoocena, poczucie własnej wartości. Brak dostępu do środków higienicznych wywołuje negatywne skutki w dobrostanie psychicznym młodych dziewcząt – mówi dr Monika Perkowska, psycholog dzieci i młodzieży.*

Marka Always od lat wspiera młode dziewczyny na całym świecie w budowaniu poczucia własnej wartości. Po sukcesie wieloletniej kampanii Always #JakDziewczyna, przyszła pora na nowy projekt. We współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem, producent kobiecych produktów higienicznych Procter & Gamble rozpoczyna program Always #AkcjaDonacja mający na celu wspieranie uczennic, które ze względów finansowych nie mogą sobie pozwolić na zakup artykułów menstruacyjnych. Akcję może wesprzeć każdy, kto kupi podpaski Always w dowolnym sklepie na terenie kraju, w okresie od 1 lutego do 15 marca. Akcją wspierać można także w mediach społecznościowych udostępniając w serwisie Facebook lub Instagram zdjęcie z hashtagami #Always #AkcjaDonacja. Za każde zakupione opakowanie podpasek Always lub udostępnione zdjęcie, Procter & Gamble prześle donację potrzebującym dziewczynkom w wieku szkolnym, za pośrednictwem Polskiego Czerwonego Krzyża.

*„Jako firma, która wspiera kobiety każdego dnia dzięki produktom z naszego portfolio, chcemy otwarcie rozmawiać o procesie dojrzewania, budowaniu pewności siebie w tym ważnym momencie rozwoju dziewczynek oraz wszystkich aspektach z tym związanych, np. o równym prawie do nauki. Miesiączka jest nieodłącznym elementem stawania się i bycia kobietą, i nie powinna być powodem nieobecności w szkole czy utraty szansy na spędzanie czasu z rówieśnikami” – mówi Adrianna Harasymowicz, Dyrektor Kategorii P&G. – „Dlatego szczególnie cieszymy się z naszej współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem, dzięki pomocy którego możemy dotrzeć do najbardziej potrzebujących uczennic i wesprzeć je naszymi produktami”.*

Celem programu Always #AkcjaDonacja jest nie tylko pomoc poprzez przekazywanie produktów, ale przede wszystkim wsparcie w procesie stawania się silnymi, pewnymi siebie kobietami, co jednocześnie jest misją marki Always. Jak ważna jest taka pomoc, doskonale wie Paulina Sykut-Jeżyna, która została ambasadorką akcji.

*„Jako kobieta i matka czuję obowiązek pomocy młodym dziewczynom, które doświadczają niesprawiedliwości z powodu bycia kobietą. My, dojrzałe już kobiety, mamy wiedzę i doświadczenia zbierane przez lata i powinnyśmy się nimi dzielić. Wierzę głęboko, że jest możliwa otwarta, merytoryczna i kulturalna rozmowa na tematy związane z dojrzewaniem, w tym także ubóstwa menstruacyjnego. Program marki Always i Polskiego Czerwonego Krzyża Always #AkcjaDonacja jest pierwszym krokiem do realizacji tego celu” – mówi Paulina Sykut-Jeżyna, ambasadorka programu Always #AkcjaDonacja.*

Przekazanie produktów marki Always, PCK planuje podczas drugiego semestru roku szkolnego 2019-2020, czyli od 1 marca w objętych programem szkołach. Szacuje się, że podczas trwania kampanii rozdane zostaną co najmniej 2 miliony podpasek Always.

*“Procter & Gamble już od kilku lat wspiera działania Polskiego Czerwonego Krzyża. Tym razem jest to marka Always. Informacja, że niemal 1 na 6 dziewczynek opuściła zajęcia lekcyjne z powodu braku artykułów higienicznych, pokazuje jak ważna jest to kwestia. Potwierdza to również liczba zgłoszeń od szkół, które chcą wziąć udział w projekcie Always #AkcjaDonacja. Na chwilę obecną programem objętych jest prawie 500 placówek z 11 województw. Liczby te pokazują, jak ważne jest nagłośnienie problemu dostępu do kobiecych artykułów higienicznych, a tym samym zadbanie o to, aby nastoletnie Polki stawały się pewnymi siebie kobietami. Jesteśmy dumni, że możemy być częścią tego projektu” – mówi Małgorzata Szukała, Kierownik Działu Promocji i Pozyskiwania Dochodów PCK.*

#Always #AkcjaDonacja

\*Ankieta online wykonana na zlecenie P&G w 2018 roku, przeprowadzona została na grupie 300 dziewcząt w wieku 18-24.

#### **Marka Always**

Always jest światowym liderem kategorii produktów ochrony kobiecej. Oferuje szeroką gamę produktów dla kobiet, dostosowaną do indywidualnych preferencji, różnych typów budowy ciała, zróżnicowanego miesiączkowania. Portfolio Always zawiera następujące linie produktów: podpaski Always Ultra, Always Sensitive, Always Platinum, wkładki Always. Więcej informacji znajdziesz na: <http://www.everydayme.pl/>,

#### **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®, Blend-a-med®, Fairy®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Olay®, Oral-B®, Pampers®, Pantene®, SK-II®, Vicks®. P&G prowadzi działalność w około 70 krajach. Zapraszamy na stronę <http://www.pg.com>, aby dowiedzieć się więcej o firmie P&G i jej markach.

#### **Polski Czerwony Krzyż**

Polski Czerwony Krzyż od ponad 100 lat wspiera potrzebujących i uwrażliwia społeczeństwo na krzywdę ludzką oraz promuje idee niesienia bezinteresownej pomocy. PCK prowadzi 68 magazynów pomocy doraźnej, z której każdego roku korzysta prawie 140 000 osób. Ponad 5140 siostr PCK na co dzień opiekuje się osobami starszymi, chorymi i niepełnosprawnymi. Pod szyldem PCK działa 98 punktów opieki, z którego korzysta ponad 14 200 osób oraz 78 różnego rodzaju placówek (jadłodajnie, noclegownie, domy pobytu dziennego, domy interwencji kryzysowej oraz świetlice integracyjne). Każdego dnia ponad 7 550 osób otrzymuje od PCK ciepły posiłek, który wydawany jest w 201 placówkach, w całym kraju. Polski Czerwony Krzyż to obecnie 200 oddziałów i 80 000 wolontariuszy, którzy na co dzień opiekują się dziećmi i młodzieżą, prowadząc zajęcia edukacyjne i akcje społeczne w przedszkolach i szkołach. Więcej informacji znajdziesz na stronie internetowej [www.pck.pl](http://www.pck.pl)

**Kontakt prasowy:**

**Procter & Gamble**

Mariola Mirek  
Communications Manager  
tel: 668 458 401  
[mirek.m@pg.com](mailto:mirek.m@pg.com)

**MSLGROUP**

Aleksandra Gałązka  
Account Manager  
tel: 515 115 507  
[aleksandra.galazka@mslgroup.com](mailto:aleksandra.galazka@mslgroup.com)

**Polski Czerwony Krzyż**

Urszula Okoń  
Dział Promocji BZG PCK  
tel: 663 558 988  
[urszula.okon@pck.pl](mailto:urszula.okon@pck.pl)