

Rozpoczęła się druga edycja kampanii Always #AkcjaDonacja

data aktualizacji: 2020.09.09



Na początku 2020 roku miała premierę kampania marki Always #AkcjaDonacja, której celem jest podniesienie świadomości ubóstwa menstruacyjnego wśród uczennic oraz zmniejszenie skutków tego problemu w Polsce. Dzięki wsparciu osób, które kupiły produkty Always między 1 lutego a 14 marca br., Procter and Gamble, właściciel marki Always, za pośrednictwem Polskiego Czerwonego Krzyża przekazał ponad 2,7 miliona podpasek potrzebującym uczennicom. Właśnie wystartowała druga edycja kampanii, w ramach której każdy, kto kupi produkty Always do 29 września br. przyczynia się do powiększenia puli pomocy.

W Polsce niemal 1 na 6 dziewcząt opuściła zajęcia lekcyjne podczas miesiączki z powodu braku dostępu do artykułów higienicznych - wynika z badań Procter and Gamble dotyczących ubóstwa menstruacyjnego.

Marka Always, po latach realizacji programu Always #JakDziewczyna, postawiła sobie nowy cel. We współpracy z Polskim Czerwonym Krzyżem zainicjowała kampanię społeczną Always #AkcjaDonacja. Jej celem jest zmniejszenie skali ubóstwa menstruacyjnego w Polsce, które niesie za sobą szereg negatywnych skutków. Gdy brakuje podpasek czy tamponów, młode dziewczyny używają papieru toaletowego lub skrawków ubrań. Wpływa to negatywnie 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. Dlatego w ramach pierwszej edycji kampanii Always #AkcjaDonacja, Procter and Gamble przekazał polskim nastolatkom ponad 2,7 miliona podpasek. Takie wsparcie pozwoli dziesiątkom tysięcy potrzebującym uczennicom pozostać w szkole podczas miesiączki przez cały semestr.

Marka nie poprzestała na dotychczasowych działaniach. We wrześniu ruszyła druga edycja akcji, w ramach której za każde opakowanie podpasek Always zakupione w dowolnym sklepie na terenie całego kraju do 29 września przekazana zostanie donacja potrzebującym dziewczynkom w wieku szkolnym za pośrednictwem Polskiego Czerwonego Krzyża.

*- Jesteśmy dumni, że możemy kontynuować naszą misję, której celem jest umożliwienie jak największej liczbie dziewcząt uczestniczenie w zajęciach szkolnych i życiu społecznym, dostarczając im niezbędne produkty higieniczne. Równie ważne jest zwiększenie świadomości problemu jakim jest ubóstwo menstruacyjne - powiedziała **Adrianna Harasymowicz**, dyrektor kategorii w Europie Środkowej w Procter and Gamble.*

W ramach drugiej edycji kampanii #AkcjaDonacja, Always podejmuje dodatkowe działania mające na celu walkę z ubóstwem menstruacyjnym. Swoimi produktami wesprze również Fundację Akcja Menstruacja, która również walczy o szeroki dostęp kobiet do artykułów higienicznych. Partnerowi przekazanych zostanie dodatkowo ponad 50 tysięcy sztuk produktów menstruacyjnych.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rozpoczela-sie-druga-edycja-kampanii-always-akcjad,65967>