
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Tesco upozorňuje na problém menstruační chudoby u nás

Klient:

Tesco Stores ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Tesco Stores ČR

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.7

Informační a osvětové kampaně

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Iva Pavlousková

Firma/organizace: Tesco

Stručné shrnutí projektu:

Naším cílem je upozornit na menstruační chudobu, podpořit otevřenou diskusi a inspirovat další společnosti k aktivním krokům. Proto jsme loni v květnu snížili ceny dámských hygienických potřeb vlastní značky o hodnotu DPH. Spolupracujeme se spolkem SOLA pomáhá, který se tématu věnuje přes čtyři roky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Podle odhadů si menstruační potřeby nemůže dovolit každá desátá žena v Evropě. Ženy, které se s menstruační chudobou potýkají, si nemohou dovolit nezbytné menstruační potřeby, což v mnoha případech znamená, že jim to mimo jiné brání v tom chodit do školy, pracovat a jinak se zapojovat do každodenního života. Od roku 2007 umožňují právní předpisy Evropské unie všem členským státům snížit výši daně u dámských hygienických potřeb. U nás je stále jedna z nejvyšších.

Strategie a kreativa:

Naš projekt je jedinečný tím, že kombinuje osvětovou kampaň se snížením ceny menstruačních potřeb a s poskytováním těchto potřeb zdarma na zaměstnaneckých toaletách. Jsme prvním obchodním řetězcem u nás, který na problém menstruační chudoby poukázal a aktivně se zapojil do jeho řešení. Ambasadorkou kampaně je naše CEO Tesco ČR Katarína Navrátilová. Tesco zaměstnává 74 % žen. Vizualní identita kampaně respektuje citlivost tématu menstruační chudoby. Původní klíčové vizuály zahrnovaly modré šaty, na kterých je naznačeno, jak je nastříhat na vložky. Letos jsme pro kampaň zvolili nový moderní vizuál, který zaujme mladou generaci a bude jasně komunikovat naši roli. Do vizuálu jsme zakomponovali hravým a citlivým způsobem naši značku Pro Formula. Počítáme s využitím i dalších brandů, pokud projeví zájem se do osvěty zapojit.

Nástroje a aktivity:

Od roku 2023 poskytujeme na všech dámských zaměstnaneckých toaletách zdarma menstruační potřeby a loni jsme snížili ceny dámských hygienických potřeb vlastní značky o hodnotu DPH. Chystáme pilotní distribuci pomůcek do vytipovaných škol - v tuto chvíli jsme ve fázi výběru daných škol a využití stávající spolupráce s ISIC pro další propagaci. Zároveň jsme pro kampaň zvolili nový moderní vizuál, který zaujme mladou generaci a bude jasně komunikovat naši roli. Pro zaměstnance jsme uspořádali interní workshop ve spolupráci se SOLA pomáhá. Při představení projektu jsme uspořádali setkání se zástupci NGO (SOLA Pomáhá, České federace potravinových bank, České ženské lobby), novináři a dalšími stakeholdery.

Výsledky:

Díky snížené ceně u menstruačních potřeb o DPH ušetřili naši zákazníci 2,6 milionu korun. V médiích vyšlo 76 článků s dosahem přes 5 milionů lidí. Aktivitu komunikujeme ve všech našich prodejnách, v letácích, na webu, v Newsletteru, v aplikaci Clubcard a také na sociálních sítích. Zásahy jsou v řádu desítek milionů. O aktivitě komunikovaly svými kanály i spolupracující stakeholdeři (SOLA, Potravinové banky, Business pro společnost, Česká ženská lobby, SOCR atd.) Byli jsme pozvaní ke Kulatému stolu v Poslanecké sněmovně na téma menstruační chudoba, kde jsme s ostatními podělili o naše zkušenosti. Na další podporu tématu jsme navázali spolupráci se dvěma poslankyněmi.

Weblinky:

<https://corporate.itesco.cz/udrzitelnost/pece-o-komunitu/podpora-dustojne-menstruace>