|  |  |
| --- | --- |
| Informacja prasowa | Warszawa, 18 stycznia 2022 |

**40 tysięcy posiłków dla podopiecznych schronisk dla zwierząt – finał akcji „Kupując Pomagasz” marki Butcher’s**

Aż 4,5 tony karmy dla zwierząt trafi do schronisk w całej Polsce – to efekt akcji „Kupując Pomagasz” marki Butcher’s.

To już piąta edycja akcji. W tym roku Butcher’s współpracował z 11 sklepami internetowymi. Zamysł akcji jest następujący: za każdy sprzedany przez jedenastu partnerów akcji produkt Bucher’s marka przekaże wybranym schroniskom 100g karmy. Dodatkowo, klienci mogli wesprzeć schronisko w Milanówku kupując karmę na Allegro lub rejestrując na przeznaczonej do tego stronie internetowej paragony ze sklepów stacjonarnych. Dzięki niej podopieczni 12 schronisk otrzymają 40 tys. pełnowartościowych posiłków.

Poza bezpośrednim wsparciem schronisk w ramach CSR, akcja miała też podnieść świadomość sytuacji bezdomnych zwierząt wśród społeczeństwa.

– Długoterminowym celem „Kupując Pomagasz” jest to, by wskazać ludziom potrzeby bezdomnych zwierząt i schronisk opiekujących się nimi. Liczymy, że dzięki temu będą oni skłonni do pomocy nie tylko w czasie trwania aktywacji. Zdajemy sobie sprawę z tego, że budowanie takich postaw wymaga konsekwencji, dlatego zorganizowaliśmy akcję po raz piąty – mówi Magdalena Sztylkowska, Head of Marketing w Butcher’s Pet Care Polska.

Coraz większy odsetek klientów podejmując decyzję o zakupach kieruje się tym, czy marka faktycznie działa w zgodzie z głoszonymi wartościami, a nie tylko motywuje się zyskiem. “Od dzisiejszych firm wciąż oczekuje się, że będą przynosić zyski, ale osiągnięcie prawdziwego sukcesu wymaga pokazania znaczącego pozytywnego wpływu na świat wokół, czego coraz bardziej domagają się klienci i pracownicy” – pisała Autumn Strier we wrześniu 2021 roku w Forbsie.[[1]](https://euc-word-edit.officeapps.live.com/we/wordeditorframe.aspx?ui=en-us&rs=en-us&wopisrc=https%3A%2F%2Fahavapr.sharepoint.com%2Fsites%2FButchers%2F_vti_bin%2Fwopi.ashx%2Ffiles%2F96a7c8f2bb6b4ef8ba0c13600309137c&wdenableroaming=1&mscc=1&hid=50fde94a-88d9-bc5f-9286-546b468bef4f-2312&uiembed=1&uih=teams&uihit=files&hhdr=1&dchat=1&sc=%7B%22pmo%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%22%2C%22pmshare%22%3Atrue%2C%22surl%22%3A%22%22%2C%22curl%22%3A%22%22%2C%22vurl%22%3A%22%22%2C%22eurl%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%2Ffiles%2Fapps%2Fcom.microsoft.teams.files%2Ffiles%2F3393176384%2Fopen%3Fagent%3Dpostmessage%26objectUrl%3Dhttps%253A%252F%252Fahavapr.sharepoint.com%252Fsites%252FButchers%252FShared%2520Documents%252FGeneral%252Fkupujac%2520pomagasz%2520final.docx%26fileId%3D96a7c8f2-bb6b-4ef8-ba0c-13600309137c%26fileType%3Ddocx%26ctx%3Dfiles%26scenarioId%3D2312%26locale%3Den-us%26theme%3Ddefault%26version%3D21102107100%26setting%3Dring.id%3Ageneral%26setting%3DcreatedTime%3A1642025435187%22%7D&wdorigin=TEAMS-ELECTRON.teams.files&wdhostclicktime=1642025435068&jsapi=1&jsapiver=v1&newsession=1&corrid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&usid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&sftc=1&sams=1&accloop=1&sdr=6&scnd=1&hbcv=1&htv=1&hodflp=1&instantedit=1&wopicomplete=1&wdredirectionreason=Unified_SingleFlush&rct=Medium&ctp=LeastProtected#_ftn1) Potwierdzają to też liczby. Badania wskazują, że troska o otoczenie, w którym marka funkcjonuje i realne działania, które to potwierdzają, w dłuższej perspektywie skutkują przywiązaniem do marki.[[2]](https://euc-word-edit.officeapps.live.com/we/wordeditorframe.aspx?ui=en-us&rs=en-us&wopisrc=https%3A%2F%2Fahavapr.sharepoint.com%2Fsites%2FButchers%2F_vti_bin%2Fwopi.ashx%2Ffiles%2F96a7c8f2bb6b4ef8ba0c13600309137c&wdenableroaming=1&mscc=1&hid=50fde94a-88d9-bc5f-9286-546b468bef4f-2312&uiembed=1&uih=teams&uihit=files&hhdr=1&dchat=1&sc=%7B%22pmo%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%22%2C%22pmshare%22%3Atrue%2C%22surl%22%3A%22%22%2C%22curl%22%3A%22%22%2C%22vurl%22%3A%22%22%2C%22eurl%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%2Ffiles%2Fapps%2Fcom.microsoft.teams.files%2Ffiles%2F3393176384%2Fopen%3Fagent%3Dpostmessage%26objectUrl%3Dhttps%253A%252F%252Fahavapr.sharepoint.com%252Fsites%252FButchers%252FShared%2520Documents%252FGeneral%252Fkupujac%2520pomagasz%2520final.docx%26fileId%3D96a7c8f2-bb6b-4ef8-ba0c-13600309137c%26fileType%3Ddocx%26ctx%3Dfiles%26scenarioId%3D2312%26locale%3Den-us%26theme%3Ddefault%26version%3D21102107100%26setting%3Dring.id%3Ageneral%26setting%3DcreatedTime%3A1642025435187%22%7D&wdorigin=TEAMS-ELECTRON.teams.files&wdhostclicktime=1642025435068&jsapi=1&jsapiver=v1&newsession=1&corrid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&usid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&sftc=1&sams=1&accloop=1&sdr=6&scnd=1&hbcv=1&htv=1&hodflp=1&instantedit=1&wopicomplete=1&wdredirectionreason=Unified_SingleFlush&rct=Medium&ctp=LeastProtected#_ftn2)

– Dla Butcher’s inicjatywy CSR stanowią połączenie istotnego z punktu widzenia marki celu, jakim jest budowanie pozycji na rynku z realizacją istotnych wartości. Dobrostan zwierząt – i tych z troskliwymi opiekunami, i tych, dla których los nie był tak łaskawy – jest dla nas autentyczną wartością, którą się kierujemy – podsumowuje Magdalena Sztylkowska.

Pracownicy schronisk i fundacji zajmujących się bezpańskimi zwierzętami zwracają uwagę na to, że w trakcie pandemii wiele osób zdecydowało się na zwierzęta jako sposób na radzenie sobie z izolacją społeczną. Niestety w części przypadków decyzje te były nieprzemyślane – z opłakanym skutkiem dla czworonogów.

– Życzylibyśmy sobie, żeby akcje takie jak „Kupując Pomagasz” były niepotrzebne, a każdy czworonóg miał pełną miskę i ciepły kąt. Niestety tak nie jest, ale dzięki takim akcjom możemy zrealizować ten cel – mówi Sztylkowska.

To już piąta edycja akcji brytyjskiego producenta karmy dla zwierząt przeprowadzana we współpracy z wybranymi sklepami. W tym roku trwała ona od 15 listopada do 15 stycznia. W tym roku udało się zebrać 4,5 tony karmy, co się przekłada na 40 tys. wysokiej jakości posiłków dla podopiecznych schronisk.

[[1]](https://euc-word-edit.officeapps.live.com/we/wordeditorframe.aspx?ui=en-us&rs=en-us&wopisrc=https%3A%2F%2Fahavapr.sharepoint.com%2Fsites%2FButchers%2F_vti_bin%2Fwopi.ashx%2Ffiles%2F96a7c8f2bb6b4ef8ba0c13600309137c&wdenableroaming=1&mscc=1&hid=50fde94a-88d9-bc5f-9286-546b468bef4f-2312&uiembed=1&uih=teams&uihit=files&hhdr=1&dchat=1&sc=%7B%22pmo%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%22%2C%22pmshare%22%3Atrue%2C%22surl%22%3A%22%22%2C%22curl%22%3A%22%22%2C%22vurl%22%3A%22%22%2C%22eurl%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%2Ffiles%2Fapps%2Fcom.microsoft.teams.files%2Ffiles%2F3393176384%2Fopen%3Fagent%3Dpostmessage%26objectUrl%3Dhttps%253A%252F%252Fahavapr.sharepoint.com%252Fsites%252FButchers%252FShared%2520Documents%252FGeneral%252Fkupujac%2520pomagasz%2520final.docx%26fileId%3D96a7c8f2-bb6b-4ef8-ba0c-13600309137c%26fileType%3Ddocx%26ctx%3Dfiles%26scenarioId%3D2312%26locale%3Den-us%26theme%3Ddefault%26version%3D21102107100%26setting%3Dring.id%3Ageneral%26setting%3DcreatedTime%3A1642025435187%22%7D&wdorigin=TEAMS-ELECTRON.teams.files&wdhostclicktime=1642025435068&jsapi=1&jsapiver=v1&newsession=1&corrid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&usid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&sftc=1&sams=1&accloop=1&sdr=6&scnd=1&hbcv=1&htv=1&hodflp=1&instantedit=1&wopicomplete=1&wdredirectionreason=Unified_SingleFlush&rct=Medium&ctp=LeastProtected#_ftnref1) Autumn Stirer, „Want Loyal Customers And Employees? Build The Right CSR Program”, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/forbesnonprofitcouncil/2021/09/02/want-loyal-customers-and-employees-build-the-right-csr-program/>

[[2]](https://euc-word-edit.officeapps.live.com/we/wordeditorframe.aspx?ui=en-us&rs=en-us&wopisrc=https%3A%2F%2Fahavapr.sharepoint.com%2Fsites%2FButchers%2F_vti_bin%2Fwopi.ashx%2Ffiles%2F96a7c8f2bb6b4ef8ba0c13600309137c&wdenableroaming=1&mscc=1&hid=50fde94a-88d9-bc5f-9286-546b468bef4f-2312&uiembed=1&uih=teams&uihit=files&hhdr=1&dchat=1&sc=%7B%22pmo%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%22%2C%22pmshare%22%3Atrue%2C%22surl%22%3A%22%22%2C%22curl%22%3A%22%22%2C%22vurl%22%3A%22%22%2C%22eurl%22%3A%22https%3A%2F%2Fteams.microsoft.com%2Ffiles%2Fapps%2Fcom.microsoft.teams.files%2Ffiles%2F3393176384%2Fopen%3Fagent%3Dpostmessage%26objectUrl%3Dhttps%253A%252F%252Fahavapr.sharepoint.com%252Fsites%252FButchers%252FShared%2520Documents%252FGeneral%252Fkupujac%2520pomagasz%2520final.docx%26fileId%3D96a7c8f2-bb6b-4ef8-ba0c-13600309137c%26fileType%3Ddocx%26ctx%3Dfiles%26scenarioId%3D2312%26locale%3Den-us%26theme%3Ddefault%26version%3D21102107100%26setting%3Dring.id%3Ageneral%26setting%3DcreatedTime%3A1642025435187%22%7D&wdorigin=TEAMS-ELECTRON.teams.files&wdhostclicktime=1642025435068&jsapi=1&jsapiver=v1&newsession=1&corrid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&usid=3fd29f1f-85e5-4ea3-83c2-b9080aa0a472&sftc=1&sams=1&accloop=1&sdr=6&scnd=1&hbcv=1&htv=1&hodflp=1&instantedit=1&wopicomplete=1&wdredirectionreason=Unified_SingleFlush&rct=Medium&ctp=LeastProtected#_ftnref2) <https://link.springer.com/article/10.1007/s11002-017-9433-6>

O Butcher’s Pet Care:

Tradycja Butcher’s Pet Care sięga roku 1987 kiedy to Graham Baker założył małe rodzinne przedsiębiorstwo, które przez lata, dzięki zaangażowaniu i pasji właścicieli oraz pracowników, stało się firmą o zasięgu międzynarodowym. Obecnie jest jednym z najpopularniejszych producentów mokrej karmy dla psów w Wielkiej Brytanii. U podstaw tworzenia receptur Butcher’s Pet Care leży dbałość o wysoką jakość składników oraz o ich naturalność, co jest gwarancją zdrowia zwierząt.

Więcej informacji na temat akcji Butcher’s Pet Care - Kupując pomagasz

Jan Smoleński

Tel.: (+48) 510 291 250

Email: [jan.smolenski@ahavapr.pl](mailto:jan.smolenski@ahavapr.pl)