



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Bicske, 2019. december 12.

Sajtóközlemény

Adni Öröm! – közösséget épített a Magyar Máltai Szeretetszolgálat és a SPAR kezdeményezése

Elindult a 23. Adni Öröm! élelmiszeradomány-gyűjtő akció a Magyar Máltai Szeretetszolgálat és a SPAR szervezésében. Az idei kampányt egy egyedi animációs TV-szpot és egy motivációkutatás is gazdagítja, ami a vásárlóközönség önzetlen segítségnyújtásának okait vizsgálja.

„A Magyar Máltai Szeretetszolgálat és a SPAR több mint két évtizede szervezi meg az Adni Öröm! élelmiszeradomány-gyűjtő akcióját. A karácsony előtti, nagyszabású jótékonyági kezdeményezést olyan rendhagyó, figyelemfelkeltő eszközök kísérik, mint egy televíziós kampányfilm, valamint egy motivációkutatás, amely arra a kérdésre kereste a választ, hogy az emberek miért tartják fontosnak, hogy rászoruló társaikon adományozással segítsenek” – mondta Maczelka Márk, a SPAR kommunikációs vezetője.

„Az Adni Öröm! a Magyar Máltai Szeretetszolgálat legnagyobb akciója, melyben a karitatív szervezet minden egysége részt vesz. A gyűjtésre kijelölt üzletekben csaknem háromezer önkéntes kéri a vásárlókat arra, hogy aki teheti, ajándékozzon valamennyi tartós élelmiszert a rászoruló embereknek. Az elmúlt évben több tízezen tették ezt meg, az akció végére 284 tonna élelmiszer gyűlt össze, és ebből több mint 30 ezer ajándékcsomagot állítottak össze a Szeretetszolgálat munkatársai - mondta el Romhányi Tamás, a szervezet kommunikációs vezetője.

A 2019. december 12. és 17. között megszervezett karácsonyi gyűjtésben a Magyar Máltai Szeretetszolgálat csaknem háromezer önkéntese 172 SPAR és INTERSPAR áruházban fogadja a vásárlók adományait.

Az idei kampány alap gondolata az, hogy az Adni Öröm! akcióban adakozó emberek névtelen jótevői egy másik családnak, amelynek tagjaival valószínűleg sosem fognak találkozni. Ennek ellenére mégis úgy gondoskodnak róluk, mintha saját rokonaik lennének. Ezt a gondolatmenetet fejezi ki a „Lett egy másik családom” szlogen. Az Adni Öröm! 1997 óta tartó történetében ebben az évben kerül sor első ízben arra, hogy egy televíziós kampány kapcsolódik a kezdeményezéshez. A reklámfilm célja, hogy emocionális formában közelebb hozza az adományozókhoz azokat, akiknek élelmiszeradományaikkal segítenek. A vállalat és

a jótékonyági szervezet az eddigi 23 évi partnersége során is több kreatív kampánnyal vitte sikerre az adományozó akciót, de az idei TV-szpot még magasabb szintre emeli az együttműködést: a populáris médiafelületeknek köszönhetően jóval több emberhez jut el a kampány fő üzenete, így pedig még több családnak és rászorulónak tudja igazi ünneppé varázsolni a karácsonyt a Magyar Máltai Szeretetszolgálat.

Az önzetlen segítségnyújtásra bátorító kisfilm mellett az áruházlánc idén egy átfogó kutatás keretében az adományozás motivációit vizsgálta és mutatja meg a nyilvánosság számára. A 2019. novemberben 1000 fős mintán végzett kutatás egyik legfontosabb tanulsága, hogy a 18-59 éves lakosság 68%-áról mondható el, hogy valamilyen rendszerességgel adakozik. Az adományozók legnagyobb része, 52% azok közé tartozik, akiket az érzelmeik hajtanak az önzetlenségben: jó érzéssel tölti el őket, ha másokon segíthetnek. A segítőszándék leginkább a rászorulók támogatásában nyilvánul meg, de sokan áldoznak nélkülöző vagy beteg gyermekek számára is. Ezt főleg pénzzel teszik, de szívesen adományoznak ruhát, tartós élelmiszert, gyerekjátékot, tanszert és könyvet, vagyis olyan praktikus és hasznos tárgyakat, eszközöket, szükségleti cikkeket, amelyek a mindennapi élethez nélkülözhetetlenek. A felmérés megmutatta azt is, hogy az ünnepi időszakokban a legjellemzőbb az adományozás, de erős befolyással hatnak a cselekvésre buzdító reklámkampányok is, és egyre nagyobb szerepet vállal a fontos ügyek felkarolásában a közösségi média is. Az adományozás formáját illetően a legnépszerűbb a személyes átadás és a kihelyezett perselyekbe történő adakozás, a harmadik helyen pedig a termékadományok üzletekben történő átadása áll.

A kutatás tehát egyértelműen igazolja, hogy a Magyar Máltai Szeretetszolgálat és a SPAR együttműködése kapcsán sikeresen került meghatározásra és tolmácsolásra a vásárlóknak az adományozás célja, illetve jól lett megválasztva a helyszín és az időpont is.

A kampányrajt hivatalos helyszínén, a SPAR Batthyány téri szupermarketében arra buzdítják a segítőkész vásárlókat, hogy az üzletben kihelyezett felületekre írják fel, mi vezeti őket az adományozásban. Az egyre szaporodó nyilatkozatok pedig jó példával szolgálhatnak a többi vevőnek is.

Az akcióban résztvevő üzletek listája megtalálható a www.adniorom.hu weboldalon, ahol az adománygyűjtést is nyomon lehet követni.

A reklámfilm a következő linken lehet megtekinteni: <https://youtu.be/8QIXHupfptA>

A közleményhez csatolt képeket gyors regisztráció után nagyobb felbontásban is elérheti a SPAR Médiatárban, a <http://mediatar.spar.hu> oldalon. A felületen lehetősége nyílik a SPAR további publikus képeit is letölteni. A képek felhasználásakor kérjük, hogy a spar.hu fotókreditet használja.

További felvilágosítás:

Romhányi Tamás, kommunikációs vezető

Magyar Máltai Szeretetszolgálat

Mobil: +36 30 416 6040 · E-mail: romhanyi.tamas@maltai.hu

Maczelka Márk, kommunikációs vezető

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út

Mobil: +36 20 823 7891 · E-mail: maczelka.mark@spar.hu