

Примеры благотворительных кампаний бизнеса с совпадением по темам и ценностям



BRINGING THE PLAN TO LIFE

Focus on selected levers and areas of work: the wide range of ambitious outcomes and targets contained in our strategy can only be achieved by building on each other and leveraging key enabling conditions.

Key issues:

- Freshwater
- Forests
- Species

Enabling conditions:

- Finance and Governance
- People and Business

Patagonia и защитники природы

С 1985 года американский бренд одежды и снаряжения для походов и спортивных путешествий Patagonia отчисляет 1% суммы продаж на сохранение и восстановление окружающей среды.

Бренд выделил более 140 миллионов долларов в виде денежных пожертвований американским и международным экологическим группам, которые меняют жизнь своих сообществ к лучшему.

В 2002 году основатель Patagonia Ивон Шуинард и Крейг Мэтьюз, владелец бренда рыболовных товаров Blue Ribbon Flies, создали некоммерческую корпорацию, чтобы побудить другие компании поступать так же.

[Узнать больше](#)

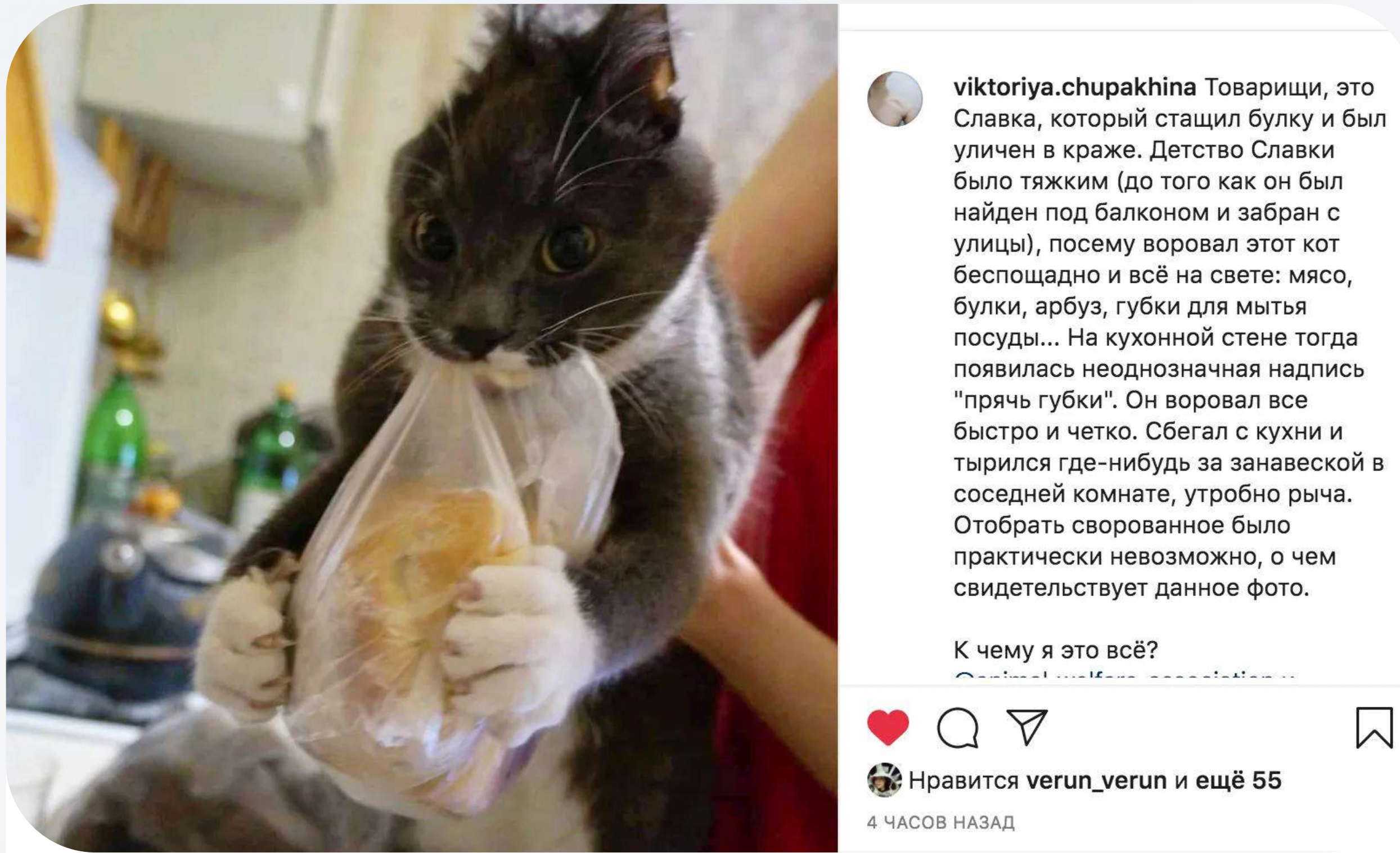


Stillhouse и помощь пострадавшим от урагана

Американский бренд виски Stillhouse совместно с некоммерческой организацией «Проект Сент-Бернард» решил помочь жителям Флориды, пострадавшим от урагана Салли: компания бесплатно установила в 400 домах металлические заслонки для окон, изготовленные из того же материала, который используется для производства фляжек бренда.

Такая временная защита обезопасила жителей штата от шквального ветра и уберегла их окна.

[Узнать больше](#)



«Манго Страхование» и помощь больным животным

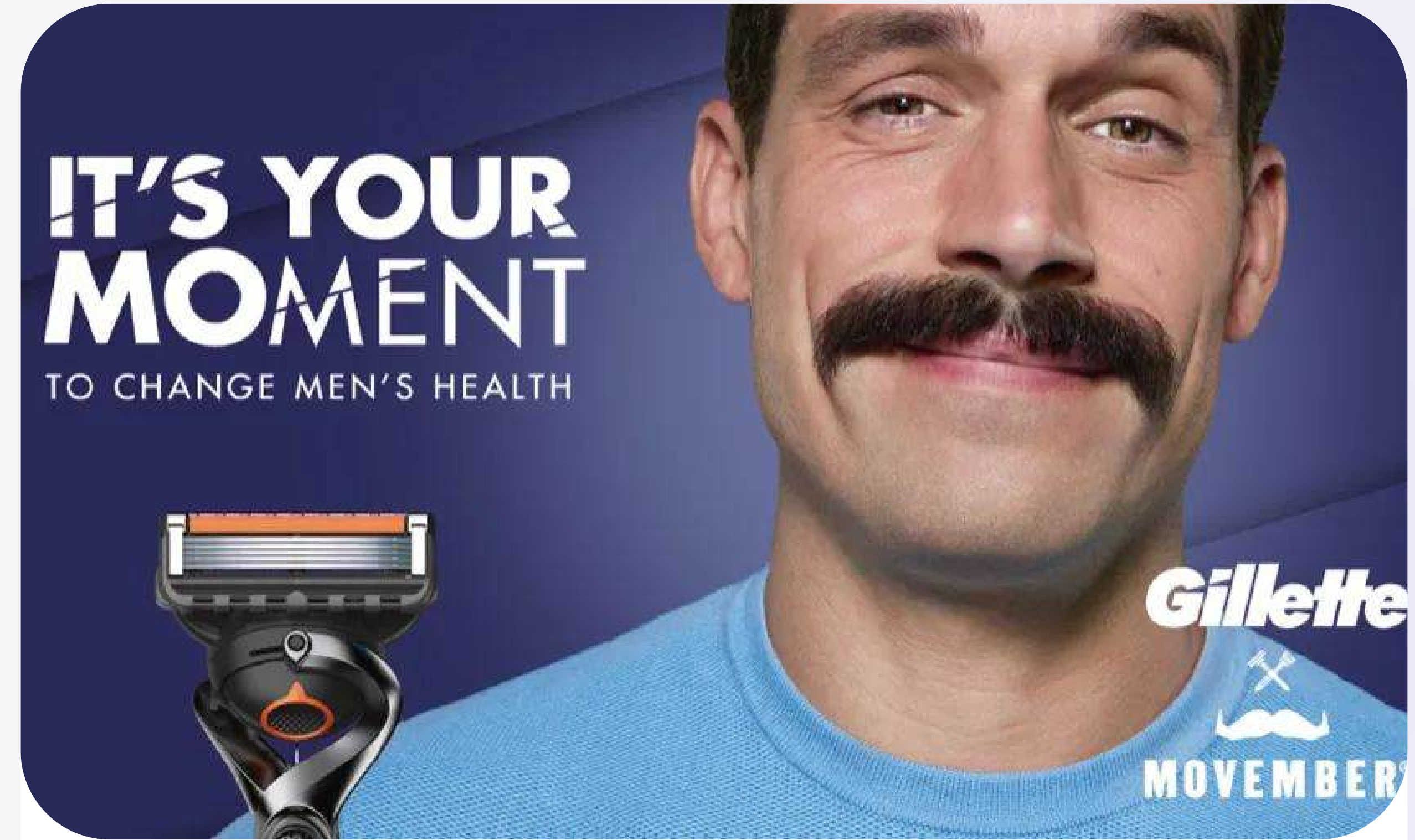
Ассоциация «Благополучие животных» и компания «Манго Страхование» запустили совместную благотворительную акцию, чтобы помочь животным из приютов получить необходимое лечение.

Принять в ней участие мог каждый желающий — для этого нужно было опубликовать в Instagram*, Facebook*, во «ВКонтакте» или в TikTok небольшой рассказ о какой-нибудь выходке своего домашнего питомца с хештегом #тычевонаделал.

За каждый такой пост в ассоциацию было направлено 390 рублей — сумма базовой страховки для кошек и собак компании «Манго Страхование».

Собранные средства — 500 000 рублей — передали приютам, которые специализируются на работе с больными и ранеными животными. А авторы трех самых интересных историй получили в подарок страховку от компании «Манго Страхование».

[Узнать больше](#)



Gillette и поддержка месяца осведомленности о мужских заболеваниях

Бренд средств для бритья Gillette больше десяти лет поддерживает Movember — благотворительную инициативу, которая призывает мужчин отращивать усы в течение ноября, чтобы собрать средства для благотворительных организаций, занимающихся лечением рака.

Например, Gillette регулярно выпускает специальные товары под брендом Movember и отчисляет часть прибыли на благотворительность, таким образом были собраны миллионы долларов. Кроме того, каждый год Gillette проводит маркетинговые активности для своих клиентов, повышающие осведомленность.

Например, в рамках акции в лондонском салоне Gillette посетителям предлагали бесплатно подкрутить усы и поиграть в традиционные «джентльменские забавы», такие как покер, нарды, шахматы, пинг-понг и бильярд. Там же проводили ряд эксклюзивных мероприятий для сторонников Movember, включая дегустацию виски, и концерты.

[Узнать больше](#)

* деятельность Instagram и Facebook признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации



ИКЕА и помощь беженцам

«Светлая жизнь для беженцев»: ежегодная благотворительная акция ИКЕА, которая направлена на улучшение жизни людей в лагерях для беженцев по всему миру.

В течение месяца за каждый светильник или лампочку, проданные в магазинах ИКЕА, компания перечисляет 1 евро в пользу Агентства ООН по делам беженцев (УВКБ ООН).

На вырученные средства для беженцев закупают лампы на солнечных батареях и других возобновляемых источниках энергии.

[Узнать больше](#)



Petra и осведомленность о профилактике рака груди

Российский бренд Petra выпустил благотворительную коллекцию нижнего белья в поддержку Фонда профилактики рака.

Лицом проекта #cancelcancer стала основательница коммуникативного агентства Shanti Creative Family Анна Николаева, пережившая удаление молочных желез из-за высокого риска возникновения рака. В серию вошли несколько комплектов белья из хлопка, топы и шорты.

Доходы от продаж вещей были направлены в Фонд профилактики рака на программы, которые повышают информированность людей о заболевании, методах его профилактики и лечения.

[Узнать больше](#)