



# KAMPANYA

# UMUTLARI

# YEŞERTİYOR!



Temizlik markası Scotch&Brite, 'Giysiler Bez Olmasın, Umutlar Yok Olmasın' adlı kampanyayla ihtiyacı olanların yardımına koşmayı hedefliyor

**Temizlik** ürünleri markası Scotch& Brite'in geçtiğimiz Aralık ayında başlattığı 'Giysiler Bez Olmasın, Umutlar Yok Olmasın' adlı kampanyası; kullanılmayan kıyafetleri ihtiyaç sahiplerine ulaştırıyor.

## GİYSİLER TOPLANDI

■ Şubat ayı sonuna kadar 13 şirketten 4 binden fazla giysi toplandı. Nisan ayında başlayan projenin ikinci adımı ise 6 bin adet kıyafet toplanması bekleniyor. Kampanya kapsamında toplanan giysilerin bir

kısmı, markanın Türkiye ofisine getirilerek çalışanlar tarafından kullanılabilirlik durumuna göre seçiliyor.

## BEZ OLMASINLAR

■ Scotch&Brite'in bağlı olduğu 3M Türkiye'nin Ev Bakım Ürünleri Pazarlama Koordinatörü Duygu Altındaş, kampanyayla ilgili şöyle konuştu: "Türkiye'nin önde gelen şirketlerine bağış kutuları koyduk. Kullanılabilir durumda olan giysileri bu kutulara bırakıyorlar. Biz de onları ihtiyaç sahiplerine gönderiyoruz..."

## ESKİ BEZLERLE TEMİZLİK

■ Bir araştırmaya göre Türkiye'de temizlikte yüzde 50 oranında eski giysiler, özellikle de tişörtler kullanılıyor. Oran yüzde 70'e çıkabiliyor. ■ Tezgah, fırın ve mutfak lavabosu en sık temizlenen yüzeylerken; pencereler daha az temizleniyor.



# Şirketler kıyafet avına çıktı!

**3M**, haziran ayına kadar sürecek "Giyisiler Bez Olmasın, Umutlar Yok Olmasın" kampanyasıyla 10 bin kıyafet toplamayı hedefliyor



**T**ürk halkını temizlik konusunda bilinçlendirmek ve doğru olmayan bazı temizlik alışkanlıklarını değiştirmek için kolları

sıvayan **3M** Türkiye, "Giyisiler Bez Olmasın Umutlar Yok Olmasın" kampanyasına devam ediyor. Kampanya dahilinde Aralık 2010'dan beri şirketlerden kıyafet toplayan **3M**, nisan ayı itibarıyla 13 şirketten 7 binden fazla kıyafet toplamış. Şirketlerin kampanyaya sosyal sorumluluk projesi olarak

baktıklarını ve katılım konusunda istekli olduklarını belirten **3M** Türkiye Ev Bakım Ürünleri Pazarlama Koordinatörü Duygu Altındaş, hedeflerinin haziran ayına kadar 30 şirketten 10 binden fazla kıyafet toplamak olduğunu söylüyor.

**3M**'in araştırma şirketi Nielsen ile "Ev Temizliği Alışkanlıkları" üzerine yaptığı tüketici araştırmasına göre Türkiye'de temizlikte eski giysilerin kullanım oranı ortalama yüzde 50.

"Giyisiler en çok pencere ve cam yüzeylerin temizliğinde kullanılıyor. Eski giysilerin temizlikte yeterli hijyen sağlamadığı ise pek çoğumuz tarafından yeterince bilinmiyor" diyor

Altındaş, bu verilerden hareketle kampanyaya işlerlik kazandırdıklarını söylüyor.

## Sistem nasıl işliyor?

Türkiye'nin önemli şirketlerine giysi bağışlama kutuları yerleştiren **3M**, kampanyayı destekleyenlerden ihtiyaç duymadıkları

fakat kullanılabilir durumda olan giysilerini bu kutulara bırakmalarını istiyor. Bağışlanan her giysi karşılığında Scotch-Brite Mikrofiber Temizlik Bezi hediye ettiklerini dile getiren Altındaş, bu sayede temizlik alışkanlıklarının olumlu yönde değişmesine katkıda bulduklarını belirtiyor. Bağışlanan giysiler de temizlendikten sonra TOÇEV işbirliğiyle belirlenen ihtiyaç sahiplerine gönderiliyor.



Elif AKIN

elif.akin@sabah.com.tr

