



Coca Cola HBC România a donat 720 litri de apă locuitorilor satului Lupșanu din județul Călărași, care suferă din cauza secetei, a caniculei și a fenomenului de deșertificare tot mai accentuată din zonă. Acțiunea vine la sfârșitul unei campanii de trei luni derulată în mediul online, care a REactivat utilizatorii responsabili într-un efort comun de REgândire a felului în care se utilizează resursele de apă potabilă și de REconfirmare a solidarității față de oameni.

Coca-Cola HBC România, prin intermediul platformei RE Concept, a lansat pe 22 Martie, de Ziua Mondială a Apei, aplicația de Facebook Banca de Apă. Aceasta (https://apps.facebook.com/banca_de_apa/) a permis utilizatorilor de internet ca, în baza ID-ului unic de pe Facebook, să depună la bancă un pahar cu apă de 250 ml. După 3 luni, 1.439 de utilizatori au contribuit la colectarea a 359,75 litri de apă, cantitate dublată și donată în mod real la sfârșitul proiectului de către Coca-Cola HBC România. Banca de Apă s-a închis pe 17 iunie, de Ziua Mondială pentru Combaterea Deșertificării.

Locuitorii satului Lupșanu, beneficiarii cantității de apă donate, stau într-una dintre cele mai afectate de fenomenul deșertificării zone din țara noastră, Câmpia Română. Acolo, se înregistrează cele mai frecvente și mai intense perioade de secetă, ceea ce dăunează drastic culturilor agricole și rezervelor de apă din sol. În plus, satul Lupșanu nu este racordat la sistemul de apă curentă, ceea ce face ca viața acolo să fie foarte grea.

Zona de sud-est a României care cuprinde sudul Olteniei, Munteniei și al Moldovei, Bărăganul, Dobrogea, Câmpia Română, Podișul Dobrogei, Delta Dunării și Câmpia Vestică este amenințată pe termen lung de fenomenul deșertificării. Lipsa precipitațiilor, defrișările și supracultivarea solului contribuie la accentuarea problemei. În următorii 20 de ani, un sfert din județele țării riscă să aibă soluri aride, ceea ce va afecta culturile agricole și, implicit, viețile oamenilor.

Banca de apă este unicul proiect non-profit care a permis efectuarea de operațiuni bancare clasice prin utilizarea unei resurse vitale, nu a uneia financiare. Banca a încurajat depunerile, a constituit un depozit la termen în vederea acumulării și a pus la dispoziție cel mai transparent sold curent, contorizând cu exactitate câtă apă s-a strâns și arătând clar publicului cine a beneficiat de ea.

Scris de CSR Romania
Marti, 26 Iunie 2012 08:46

RE Concept este platforma de responsabilitate socială a Coca-Cola HBC România, dedicată ideii că RE este începutul tuturor acțiunilor care schimbă în bine lumea.

Next Advertising este o agenție de publicitate diferită. Filozofia ei este să își utilizeze creativ toate competențele pentru a dezvolta proiecte relevante, recunoscute, revoluționare și remarcabile.

Mai multe informații despre platforma de responsabilitate socială a Coca-Cola HBC România găsiți pe www.theREconcept.ro.