



## Το μπλε αυτοκόλλητο της Chiquita γίνεται ροζ για την καταπολέμηση του καρκίνου του μαστού

Η Chiquita στηρίζει εκ νέου το θεσμό του Pink Ribbon σε όλη την Ευρώπη

**Αθήνα, 17 Οκτωβρίου 2018 - 200 εκατομμύρια ροζ μπανάνες; Κι όμως! Για δεύτερη συνεχόμενη φορά η Chiquita ενώνει τις δυνάμεις της με διάφορες οργανώσεις για τη μάχη κατά του καρκίνου του μαστού και καθ'όλη τη διάρκεια του Οκτωβρίου το εμβληματικό μπλε αυτοκόλλητο της εταιρείας θα βάλει τα ροζ του. Η καμπάνια πρωτοξεκίνησε για να στηρίξει τον Μήνα Ευαισθητοποίησης κατά του Καρκίνου του Μαστού και θα συμβάλει στην αύξηση της ενημέρωσης γύρω από το σημαντικό ζήτημα του καρκίνου του μαστού.**

Μια από τις πρωτοβουλίες της Chiquita για τη βιωσιμότητα είναι το "Being a Good Neighbour", όχι μόνο στις κοινότητες που δραστηριοποιείται, αλλά και στις αγορές στις οποίες διαθέτει τα προϊόντα της. Μια από τις δεσμεύσεις της εταιρείας είναι να αυξήσει την ενημέρωση σχετικά με τον καρκίνο και την καταπολέμησή του. Έτσι, για όλο τον Οκτώβριο, 200 εκατομμύρια μπανάνες Chiquita σε όλο τον κόσμο θα φορέσουν ένα ειδικό ροζ αυτοκόλλητο. Στόχος είναι να δοθεί έμφαση σε αυτό το τόσο ευαίσθητο ζήτημα που μας αφορά όλους - και όχι μόνο τον Οκτώβριο! Με εκατομμύρια νέα κρούσματα κάθε χρόνο, ο καρκίνος του μαστού αποτελεί την πιο διαδεδομένη μορφή καρκίνου στις γυναίκες παγκοσμίως.

Οι μπανάνες είναι ένα από τα πιο δημοφιλή φρούτα παγκοσμίως και καταναλώνονται με διάφορους τρόπους καθημερινά. «Το να είμαστε παρόντες σε κάθε σπίτι με αυτή την καμπάνια αποτελεί έναν εξαιρετικό τρόπο για την Chiquita να συγκεντρώσει το ενδιαφέρον του κόσμου γύρω από το θέμα και να τονίσει τη σημαντικότητα ενός ισορροπημένου και υγιούς τρόπου ζωής,» δήλωσε η κα Bettina Stier Scatamachia, Global Marketing Director της Chiquita.

Επιπλέον, η Chiquita έχει ανακοινώσει διάφορες πρωτοβουλίες και συνεργασίες σε όλο τον κόσμο, από τις ΗΠΑ έως και την Ευρώπη, με σκοπό να συγκεντρώσει την προσοχή των καταναλωτών στο θέμα του καρκίνου του μαστού. Η Chiquita αποδεικνύει την υποστήριξή της στο συγκεκριμένο σκοπό θέτοντας τρεις στόχους: Αρχικά χρηματοδοτεί πρωτοβουλίες έρευνας για την εύρεση της θεραπείας, κατά δεύτερον δημιούργησε καμπάνια για την αύξηση της ενημέρωσης σχετικά με την σημαντικότητα της έγκαιρης διάγνωσης και κατά τρίτον προωθεί την ευεξία και τον ενεργό τρόπο ζωής ως τρόπο πρόληψης. Για να πετύχει αυτούς τους τρεις στόχους η καμπάνια της Chiquita θα αξιοποιήσει μια σειρά από στοχευμένες ενέργειες, όπως τα media engagement και η συνεργασία με influencers και brand ambassadors.

- Τέλος -

***Πίσω από το Μπλε Αυτοκόλλητο***

*Η Chiquita θέλει να έχει θετικό και σημαντικό αντίκτυπο εφαρμόζοντας τις αρχές της βιωσιμότητας σε όλες τις επιχειρηματικές πρακτικές της. Για να το επιτύχει, η Chiquita αναγνωρίζει τη σπουδαιότητα του κοινού καλού για τους εργαζομένους της και τις*

---



οικογένειές τους, για τις κοινότητες, για τη βιομηχανία φρούτων σαν σύνολο, καθώς και για το περιβάλλον στο οποίο ζούμε όλοι.

#### **Σχετικά με τη Chiquita**

Οι μπανάνες **Chiquita** έχουν παρουσία στην ελληνική αγορά από τη δεκαετία του '70 και μέχρι σήμερα αποτελούν τις πιο ποιοτικές μπανάνες της αγοράς και την No1 προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών. Εκτός από τις γνωστές σε όλους μπανάνες η Chiquita παράγει και εμπορεύεται ανανάδες. Υπό την ευθύνη της **Chiquita** στην Ελλάδα βρίσκονται οι αγορές των Βαλκανίων και της Κύπρου. Σκοπός της **Chiquita** είναι να κερδίζει τις καρδιές και το μυαλό των καταναλωτών δημιουργώντας επώνυμα και πάνω απ' όλα υγιεινά προϊόντα. Σύμμαχος της **Chiquita** είναι η αδιαπραγμάτευτη προτεραιότητα της ποιότητας που την διαφοροποιεί σε κάθε βήμα από την καλλιέργεια μέχρι τα προϊόντα της να φτάσουν στους καταναλωτές. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στο site: <https://www.chiquita.gr/>

#### **Για περισσότερες πληροφορίες:**

Action Global Communication  
Αγγελική Κιοφίρη  
2107240160  
angela.k@actionprgroup.com

