

Comunicat de presă

„Masa Răbdării”: peste 22.000 de mese calde ar putea fi oferite copiilor prin parteneriatul Up România, Fundația Inovații Sociale Regina Maria și Mantia

Up România și Fundația Inovații Sociale Regina Maria lansează campania „Masa Răbdării”, o inițiativă menită să atragă atenția asupra unei probleme sociale grave, care afectează mai mult de o treime din copiii din România: potrivit [EUROSTAT*](#), 39% din copiii din România trăiesc în risc de sărăcie și excluziune socială, mulți dintre aceștia neavând acces la hrană adecvată.

Deasemenea, prin această campanie Up România și Fundația Inovații Sociale Regina Maria doresc să ofere copiilor care frecventează centrele educaționale ale Fundației șansa de a beneficia în continuare de mese calde zilnic, contribuind astfel la îmbunătățirea sănătății și a accesului lor la educație.

Fundația Inovații Sociale Regina Maria nu oferă doar sprijin educațional, ci și mese zilnice pentru copiii aflați în dificultate, asigurând astfel nevoile lor de bază și sprijinind familiile acestora. Zilnic, copiii incluși în programul celor trei centre educaționale ale fundației primesc hrană sănătoasă, care le susține dezvoltarea și le oferă șansa de a-și atinge potențialul educațional.

„Pentru Fundația Inovații Sociale Regina Maria, fiecare masă caldă oferită unui copil reprezintă mult mai mult decât hrană. Este o promisiune de sprijin, o ancoră pentru speranță și o cale spre un viitor mai bun.

Este datoria noastră să le oferim nu doar instrumentele educaționale, ci și siguranța că, zi de zi, nevoile lor de bază sunt acoperite. Ajutorul pe care acești copii îl primesc astăzi le deschide ușile spre învățare, într-o lume în care nimic nu le limitează viitorul. Fiecare masă caldă este un pas spre continuitate, spre un drum educațional fără obstacole, spre un viitor învăluit în speranță. Dorim să oferim fiecărui copil dreptul de a-și construi visurile, iar alături de partenerii noștri, Up România și Mantia, ne asigurăm că acest vis începe, simbolic, de la „Masa Răbdării”, unde fiecare porție de hrană devine o porție de speranță. Pentru că, nu-i așa, „cu burtica plină, schimbăm lumea” ☺ Cristiana Mateoiu, Director Executiv

Up România – Partenerul și sponsorul principal al campaniei

Up România, unul dintre cei mai mari furnizori de beneficii pentru angajați, contribuie esențial la această cauză. Compania va dona 1 euro pentru fiecare card virtual emis de Up România până la sfârșitul anului 2024, cu scopul de a strânge 100.000 de euro. Cardurile virtuale pe care angajatorii le pot oferi angajaților sunt: card de masă (Up Dejun), card cultural (Up Cultură), card cadou (Up Cadou), card de vacanță (Up Vacanță). Aceste carduri pot fi oferite direct de către angajator sau pot fi solicitate de către angajați direct din aplicația Up Mobil. Fondurile strânse vor sprijini activitatea Fundației și vor contribui la crearea unui viitor mai sigur și mai sănătos pentru copiii din România.

„Masa este un simbol al apropierii și relaționării, este acel loc la care ne strângem în familie, cu prietenii, la birou, la restaurant, este un moment din zi în care împărtășim sentimente și când luăm o pauză. Am ales ca acum să fie în centrul unei campanii manifest „Masa Răbdării” ce are ca ambiție schimbarea destinului unor copii din medii defavorizate prin oferirea accesului la educație și la un viitor mai bun.

Invităm de peste 20 de ani oamenii la masă prin produsul nostru Up Dejun, iar acum misiunea noastră împreună cu partenerii noștri este să îi facem pe oameni să înțeleagă că pot contribui în mod direct la schimbare, fie prin alegerea unui card virtual de la Up România, fie prin donații directe către Fundație.” Declară Loredana Vătăvoiu Director Marketing & Comunicare Up România

Mantia – Arhitectul campaniei

Mantia, divizia de social good și sustenabilitate a Mercury360 și partenerul creativ al Fundației, este responsabilă pentru conceperea și implementarea materialelor de promovare care să ofere campaniei „Masa Răbdării” impactul necesar cu scopul de a asigura copiilor din centrele Fundației mesele calde zilnice necesare.

”Campania „Masa Răbdării” a fost concepută pentru a atrage atenția asupra unei realități dureroase: timpul absurd de lung pe care mulți copii din medii defavorizate sunt nevoiți să-l aștepte pentru a primi o masă caldă. Prin această campanie, ne dorim să mobilizăm cât mai mulți oameni să ia atitudine și să contribuie la asigurarea unui viitor mai bun pentru acești copii, oferindu-le șansa de a avea mese calde zilnic și, implicit, de a-i ajuta să aibă șansa unei educații formale adecvate. Ne simțim onorați să facem parte din acest proiect împreună cu partenerii noștri, deoarece știm că doar printr-un efort comun putem aduce o schimbare reală în viața lor. Este un demers care ne responsabilizează și ne motivează să continuăm să gândim campanii cu impact social puternic.” a declarat Liviu Turcanu, director de creație Mercury360 & Mantia

„Masa Răbdării” în atenția publicului

Campania abordează această problemă într-o manieră neconvențională: punerea în scenă a unui media stunt, realizat într-un restaurant din București, care scoate în evidență absurditatea timpului de așteptare pentru o masă caldă cu care se confruntă copiii din mediile defavorizate.

Prin intermediul unei analogii puternice, timpul petrecut așteptând o masă devine un simbol pentru perioadele lungi în care acești copii sunt nevoiți să aștepte o oportunitate pentru un viitor mai bun.

Mesajul este simplu și direct: la fel cum nimeni nu ar trebui să aștepte excesiv pentru a fi servit, nici acești copii nu ar trebui să fie forțați să aștepte pentru acces la educație, sprijin și o viață demnă.

Vezi campania <https://youtu.be/U-7-RIpMUfE>