

## ПРОЕКТ «ПОМОЩЬ» И ТОРГОВАЯ СЕТЬ «ПЕРЕКРЁСТОК» ВЫПУСТИЛИ СЕРИЮ РОЛИКОВ «ПРОДУКТОВЫЙ САД»

Проект «Помощь» и торговая сеть «Перекрёсток» в коллаборации с креативными агентствами Red Pepper Film и «Другдруга» запустили серию видео с попечителями проекта — известными российскими деятелями театра, кино и телевидения, музыкальными исполнителями, блогерами и спортсменами.

Основной темой серии юмористических роликов «Продуктовый сад» стали выступления различных продуктов с отсылкой к популярной рекламе соков нулевых. В первых роликах мы увидим хлеб (Никита Кукушкин), томат (Варвара Шмыкова), брокколи (Манижа), морковь (Ирина Горбачева), яйцо (Юрий Борисов).

В забавной манере они рассказывают о том, как работает приложение «Помощь»: ты сам выбираешь нуждающихся пожилых людей поблизости. Можешь оплатить часть или всю стоимость продуктовой корзины от «Перекрёстка», а в личном кабинете увидеть отчет в виде накладной и фото подопечного в момент получения продуктового набора. Сейчас продуктовую помощь получают 734 подопечных из 19 регионов России.

Любой желающий также может присоединиться к флешмобу - пользователям социальных сетей предлагается снимать смешные видео в костюмах продуктов, публиковать их с хэштегом #будьвпомощь и передавать эстафету друзьям. Лучшие видео будут доступны в аккаунте проекта.

В середине июня торговая сеть «Перекрёсток» присоединилась к благотворительному проекту в качестве генерального партнера в категории «продуктовый ритейлер», и первым результатом сотрудничества стала совместная продуктовая корзина из порядка 30 позиций. Такую продуктовую корзину ежемесячно получают подопечные «Помощи» благодаря донатам от пользователей приложения.

*«Эти небольшие юмористические зарисовки от самых простых и базовых продуктов и товаров, которые есть в каждом из наших супермаркетов, будут понятны людям из разных поколений – и тем, кто хорошо знаком с референсом, и молодежи, которая следит именно за самими исполнителями ролей. В любом случае, надеемся, что каждому захочется присоединиться к такому флешмобу и поддержать проект пожертвованием. Мы со своей стороны непременно задействуем собственные каналы продвижения для большей популяризации этой истории, соответствующей и нашим ценностям - отметила Татьяна Степанова, директор по бренду и долгосрочной лояльности торговой сети «Перекрёсток».*



[Ссылка на статью](#)