Warszawa, 07 października 2019

**Sodexo kolejny raz wspiera Polską Akcję Humanitarną**

**Tylko w roku szkolnym 2018/2019 Sodexo Benefits and Rewards Services Polska ufundowało ponad 20 tysięcy posiłków na rzecz podopiecznych programu Pajacyk. W tym roku znana
z budowania zaangażowania i motywowania pracowników firma ponownie aktywnie włączyła się w program prowadzony przez Polską Akcję Humanitarną.**

Według danych Eurostatu (Europejskiego Urzędu Statystycznego) w 2017 roku blisko 18% dzieci
w Polsce było zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem społecznym, a jedno na czworo dzieci w naszym kraju doświadczało braku bezpieczeństwa żywieniowego. Dzieci jedzące mało lub źle, nie dostarczają organizmowi niezbędnych składników odżywczych potrzebnych do prawidłowego rozwoju. Istnieje wiele konsekwencji takiego stanu. Dziecko niedożywione jest osłabione, ma zmniejszoną koncentrację, bywa agresywne. Do tego słabiej się uczy, gorzej się rozwija i – z powodu mniejszej odporności – częściej choruje. Jedną z metod przeciwdziałania zjawisku niedożywienia w Polsce jest program Pajacyk.
*– W ramach programu Pajacyk finansujemy zdrowe posiłki dzieciom, które z różnych względów przychodzą do szkoły głodne, nie mają drugiego śniadania lub nie jest ono w pełni wartościowe. Nie jesteśmy w stanie zapewnić takiej pomocy wszystkim potrzebującym, lecz – dzięki współpracy z takimi partnerami jak Sodexo – posiłków z roku na rok może być więcej. Dodatkowo motywujący jest fakt, że pomagając tym dzieciom, dbamy również o ich przyszłość* – **powiedział Rafał Wawrzyńczyk, Specjalista ds. Współpracy z Biznesem z Polskiej Akcji Humanitarnej.**

Program Pajacyk zapewnia finansowanie posiłków w stołówkach szkolnych i świetlicach. Otrzymują
je dzieci będące w trudnej sytuacji materialnej. W roku szkolnym 2018/2019 w ramach programu Pajacyk wartościowe posiłki jadło codziennie 1534 dzieci w 129 placówkach w całej Polsce. W wakacje 2018 roku dożywianych było 843 dzieci, a w wakacje 2019 przyznano dofinansowanie dla 1252 dzieci.
W rozpoczętym niedawno roku szkolnym 2019/20 akcja obejmie 1027 dzieci w 66 placówkach. W tym okresie otrzymają one łącznie ponad 188 tysięcy posiłków. Program od lat wspiera Sodexo, które po raz kolejny przekazało Polskiej Akcji Humanitarnej środki na ten cel. Od początku współpracy Sodexo
z PAH na konto fundacji trafiła kwota pozwalająca ufundować ponad 60 tysięcy posiłków. Co roku odnotowywany jest dwucyfrowy wzrost przekazanych środków, ponieważ pieniądze pochodzą
z limitowanej edycji przedpłaconej karty podarunkowej, chętnie kupowanej przez firmy w okresie okołoświątecznym. *– Szefowie sięgają po kartę z Pajacykiem, bo doskonale wiedzą, że z roku na rok pracownicy coraz chętniej włączają się w akcje wspierające lokalne społeczności. Firmy traktują zakup karty jako element społecznej odpowiedzialności biznesu. To nagradzanie idące w parze z pomaganiem potrzebującym, bo beneficjentami programu Pajacyk są dzieci zagrożone wykluczeniem społecznym
z powodu ubóstwa. Każde 10 zamówionych przez pracodawcę Kart Podarunkowych Sodexo
z limitowanej serii z Pajacykiem to jeden posiłek dla dziecka objętego programem. Wiele firm decyduje się na ten upominek dla swoich pracowników właśnie dlatego, że jego wybór oznacza wsparcie konkretnej akcji charytatywnej. Jesteśmy dumni z oferowania karty będącej prezentem, który jednocześnie wspiera tak szczytny cel. Mamy nadzieję, że pracownicy korzystający z tej nadzwyczajnej karty przedpłaconej także odczuwają satysfakcję z pomagania potrzebującym. Szczególnie że wszystko dzieje się w okresie świątecznym, kiedy dzielenie się dobrem ma wyjątkową moc –* powiedziała **Ewelina Straszewicz, Product Manager w Sodexo Benefits and Rewards Services.**

Sodexo od 20 lat dofinansowuje posiłki dzieciom na całym świecie w ramach akcji Sodexo Stop Hunger, której celem jest walka z niedożywieniem wśród najmłodszych. Współpraca polskiego oddziału Sodexo z Polską Akcją Humanitarną rozpoczęła się w 2016 roku.

**Kontakt**:

Marta Zagożdżon, tel. +48 605 073 929, e-mail: m.zagozdzon@contrust.pl

**O Sodexo**

Grupa Sodexo to światowy lider w zakresie usług i produktów podnoszących jakość życia. Od ponad
50 lat jest strategicznym partnerem dla firm i instytucji, które kładą nacisk na efektywność, lojalność, zaangażowanie i zadowolenie pracowników oraz partnerów biznesowych. Zatrudniając 460 000 pracowników w 72 krajach jest 19. największym pracodawcą na świecie. Sodexo świadczy usługi dla nieruchomości (Sodexo On-site Services) oraz usługi motywacyjne (Sodexo Benefits and Rewards Services), obsługując każdego dnia ponad 100 milionów konsumentów.

**O Sodexo w Polsce**

Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce, od 21 lat, odpowiada za transformację świadczeń pozapłacowych - wspiera firmy w motywowaniu, budowaniu zaangażowania i zadowolenia pracowników (Employee Experience) oraz wyznacza kierunek rozwoju narzędzi angażowania i lojalizowania kontrahentów, klientów i sił sprzedaży (Incentive & Recognition). Wyznaczając nowe trendy na rynku, spółka jako pierwsza wdrożyła m.in. przedpłaconą kartę zbliżeniową, płatności mobilne kartami przedpłaconymi, a także czasową blokadę karty zamiast jej zastrzegania. Na szeroki wachlarz oferowanych rozwiązań, będących odpowiedzią na rzeczywiste potrzeby odbiorców, składają się od kart przedpłaconych wydawanych z polskim bankiem, przez szeroki katalog nagród, e-nagród i tradycyjnych kuponów aż po kompleksową obsługę złożonych rozwiązań motywacyjnych.

Rzetelność i najwyższą jakość świadczonych usług docenili zarówno użytkownicy jak i eksperci branżowi. W Polsce z oferty spółki skorzystało 50 tysięcy zadowolonych Klientów i ponad 3,5 miliona użytkowników. Kartami przedpłaconymi wydanymi przez Sodexo wykonywanych jest nawet pół miliona transakcji tygodniowo! Marka Sodexo otrzymała m.in. tytuł Business Superbrands oraz nagrodę Złota Jakość Roku, a Aon, światowy ekspert ds. zarządzania kapitałem ludzkim, przyznał Sodexo certyfikat najlepszego pracodawcy – Aon Best Employer™ na poziomie globalnym i lokalnym. Za ekspertyzą firmy przemawia nie tylko liczba zrealizowanych projektów, globalne doświadczenie, stosowane technologie, ale przede wszystkim dostęp do wiedzy na temat rzeczywistych potrzeb i motywatorów różnych grup odbiorców - pracowników, w tym sił sprzedaży, partnerów biznesowych, kontrahentów.