

PROYECTO ŠKODA LOLLIPOP

Siempre hay un porqué antes de empezar a cambiar las cosas. Y en Škoda llevamos ya un tiempo haciéndonos preguntas sobre cómo llegar más allá de lo que el trabajo nos exige. Somos un equipo humano lleno de fuerza, de entusiasmo, dedicación, es algo que estamos aplicando día a día. Así que, ¿Por qué no podemos dedicar parte de este esfuerzo a una labor social mucho más generosa? ¿Por qué no mostrarnos tan humanos como realmente somos? ¿Por qué, si creemos en conseguir imposibles, no ayudamos a los que no disponen de recursos para seguir adelante?

De ahí surge la oportunidad de crear el Proyecto Škoda Lollipop, una idea que nace para dar respuesta a todas esas preguntas. Una plataforma para ayudar a los que más lo necesitan. Un punto de partida para empezar a contagiar con generosidad todo aquello que esté a nuestro alcance.

El proyecto Škoda Lollipop es la manifestación de la acción social de Skoda, representada en la creación de una plataforma de múltiples protagonistas en beneficio de una causa social decidida siguiendo la filosofía de la marca y sus valores: SÉ EMPRENDEDOR, SÉ CREATIVO, SÉ GENEROSO.

Responsabilidad social es cómo se denomina. Nosotros preferimos llamarlo responsabilidad humana. Eso es el Proyecto Škoda Lollipop.

El recién creado proyecto muestra que la compañía entiende su responsabilidad social como una forma de actuar directamente mediante la implicación en proyectos que tiendan a mejorar las condiciones de vida de algunos sectores de la sociedad.

En este caso se trata de los niños que padecen la dura enfermedad del cáncer. Škoda les quiere ayudar poniendo en marcha el Proyecto Lollipop a través de la Federación Española de Padres de Niños con Cáncer (FEPNC).

El proyecto, en el que están involucrados la marca y la red de concesionarios, cuenta con un doble objetivo que se concreta en el apoyo a las familias que sufren las duras consecuencias del cáncer infantil y en el hecho de generar un efecto réplica que haga de él un ejemplo a seguir por parte de otras compañías y entidades para lograr un mundo mejor mediante la ayuda a quienes más lo necesitan. En España se diagnostican anualmente 1.200 casos nuevos de cáncer en niños y adolescentes. Un 75 por ciento de ellos remitirán a los cinco años del diagnóstico pero los efectos de la enfermedad afectan a toda la familia durante mucho más tiempo. El cáncer infantil implica necesidades de orden sanitario pero también otros de tipo psicológico, moral, económico, asistencial, educativo...

Una de las primeras acciones divulgativas de este proyecto ha sido la creación de la web www.skodalollipop.es que, partiendo del lema “*Siempre hay un porqué antes de empezar a cambiar las cosas*” informa e introduce en las acciones y los proyectos de dicha iniciativa.

Una de las primeras acciones de este proyecto tuvo lugar del 30 de abril al 4 de mayo en Huelva, donde se celebraron unos campamentos organizados por la FPNC para niños enfermos. Durante estos campamentos, Škoda organizó un taller de balonmano con la participación de jugadores de la selección nacional.

También están marcha otros proyectos el partido benéfico para recaudar fondos para la asociación, organizado por el concesionario de Škoda Astur Auto el próximo 21 de junio en Gijón entre veteranos de la selección de Balonmano y la selección española junior. Otra de las actividades previstas es el patrocinio del Torneo de Balonmano de Igualada los días 28 y 29 de junio donde el concesionario de la marca Servisimó realizará una tarea de divulgación del proyecto y realizará “porras” solidarias para recaudar fondos para la FEPNC.

Estas dos primeras acciones servirán como acciones piloto para “contagiar” al resto de la red de concesionarios de la marca. Škoda quiere actuar no sólo como marca sino especialmente a través de los concesionarios y de su capilaridad geográfica de manera más local para conseguir más conocimiento y efecto sobre la gente.

Dentro de este plan de colaboración y contribución con la causa, se ha diseñado el vehículo Škoda Lollipop. Este vehículo expuesto en el Salón de Madrid, es un Roomster, el modelo más familiar de nuestra gama, serigrafado con el logo del proyecto. Dicho vehículo será cedido con carácter gratuito a las Asociaciones locales a través de la colaboración de nuestra Red de Concesionarios.

Todas estas actividades están orientadas a cubrir las necesidades básicas de la Federación, que no son sólo económicas, sino de ayuda y apoyo logístico y motivacional, y de ayuda a la divulgación y nivel de concienciación social con la causa del cáncer infantil.

Otras actividades vinculadas tanto al producto como a la propia organización comercial de la Marca a través de su Red de Concesionarios, están en curso para seguir dando contenido y traduciendo en valor para estas familias, nuestro empeño de ser una marca próxima al cliente, con capacidad de generar humanidad social a través de todos los usuarios de la misma.

En Škoda estamos convencidos de nuestra capacidad de contribuir a un mundo mejor. No sólo más limpio, más ecológico, sino sobre todo más humano, como valor superior a cualquier otro.