

SIARAN PERS

Untuk Disiarkan Segera

UNILEVER DAN HYPERMART DUKUNG MASA DEPAN CERAH ANAK INDONESIA DENGAN PELUNCURAN KAMPANYE BRIGHTFUTURE “SELAMAT TINGGAL DUNIA LAMA”

**Lippo Village, Tangerang
Kamis, 20 Oktober 2016**

Masa depan yang baik bagi generasi mendatang penting dipersiapkan sejak usia dini anak-anak di Indonesia dan seluruh dunia. Menyadari pentingnya hal ini, Unilever kembali mengajak Hypermart untuk berkolaborasi membangun dunia yang lebih baik bagi anak-anak melalui kampanye ke dua BrightFuture yang mengusung tema “Selamat Tinggal Dunia Lama”. Kampanye ini bertujuan menggerakkan konsumen untuk melakukan hal nyata untuk membangun masa depan yang cerah bagi kita semua. Unilever dan Hypermart mengajak konsumen untuk menyadari dan turut memainkan peran penting mereka dalam menciptakan dunia yang lebih baik.

“Selamat Tinggal Dunia Lama” ingin mengikutsertakan masyarakat untuk meninggalkan cara pandang pesimistis mengenai dunia kita saat ini yang penuh dengan masalah; dan bersama-sama membangun dunia baru yang lebih baik, khususnya bagi anak-anak kita. Dunia tempat anak bisa tumbuh di lingkungan yang lestari dan sehat serta menjalani masa kecilnya dengan gembira.

Maria Dewantini Dwianto, *Head of Corporate Communications* PT Unilever Indonesia menjelaskan, “Pemilihan produk yang digunakan sehari-hari dan gaya hidup konsumen adalah dua hal yang sangat berpengaruh dalam menentukan seperti apa dunia kita di masa yang akan datang. Kami percaya kekuatan konsumen dan brand-brand kami akan mampu membuat perubahan positif bagi generasi mendatang.”

Bersama dengan Hypermart, Unilever mengajak konsumen yang tersebar di 115 gerai Hypermart di 64 kota untuk secara langsung ikut aktif dalam pelaksanaan kampanye ini.

Director of Public Relations & Communication PT Matahari Putra Prima Tbk (mppa), Danny Kojongian menyambut baik inisiatif kampanye brightFuture ‘Selamat Tinggal Dunia Lama’. “Kegiatan ini sejalan dengan misi CSR perusahaan kami yang turut berperan atas tanggung jawab sosial dalam kelestarian lingkungan dan perbaikan edukasi anak-anak. Kami percaya konsumen hypermart memiliki peran besar untuk bisa menciptakan dunia yang lebih baik, untuk itu kami ingin seluruh konsumen hypermart dan masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi secara aktif dalam program ini.”

Kampanye ini akan berlangsung mulai 6 Oktober 2016 hingga 1 November 2016. Selama masa periode kampanye ini, setiap pembelian produk Unilever tertentu yakni; Lifebuoy, Pepsodent, Blue band, Domestos, Vixal dan Rinso di hypermart, konsumen secara otomatis turut mendonasikan Rp. 500,- untuk memperbaiki atau melengkapi fasilitas taman bermain.

Adapun taman bermain yang akan diperbaiki tersebar di lima kota di Indonesia yaitu; Jakarta, Bandung, Medan, Makassar dan Yogyakarta. Fasilitas yang akan diperbaiki atau dilengkapi mencakup, fasilitas cuci tangan/ tambahan edukasi cara cuci tangan, fasilitas toilet higienis/ alat kebersihan, fasilitas bermain dan juga beberapa materi edukasi seperti mengenai nutrisi maupun cara sikat gigi.

Keterangan lebih lanjut hubungi :

corporate.communications@hypermart.co.id



MC Amy Zein, Psikolog dari SAUH Psychological Services Retno Dewanti Purba, dan Head of Corporate Communications PT Unilever Indonesia Tbk Maria Dewantini Dwianto menjadi narasumber saat peluncuran Kampanye brightFuture 2016 di Restoran Plataran Dharmawangsa, Jakarta (Kamis 13/10/2016)



PT. Matahari Putra Prima Tbk

Tentang PT Matahari Putra Prima Tbk (mppa)

PT Matahari Putra Prima salah satu peritel terbesar di Indonesia mempekerjakan lebih dari 13.000 karyawan yang melayani pelanggan di 112 gerai Hipermarket (hypermart), 25 Supermarket (foodmart PRIMO / Fresh), 52 gerai Minimarket / Convenience Store (fmx), 106 format gerai Kesehatan dan Kecantikan (Boston) dan 2 Grosir (SmartClub). Pada tanggal 30 Juni 2016, MPPA mengoperasikan 297 gerai di 68 kota di seluruh Indonesia.

MPPA kian mendapatkan pengakuan lokal dan Internasional dengan diraihnya berbagai penghargaan diantaranya: 2016 SWA 100: Indonesia's Best Wealth Creator, 2016 Brandz™ Top 50 Most Valuable Indonesia Brands dari Millward Brown & WPP, Piagam Penghargaan atas kepedulian terhadap lingkungan berstandar Eco Label dan Green Label Indonesia dari Kementerian Lingkungan Hidup & Kehutanan Republik Indonesia, TOP 50 Most Valuable Indonesian Brands 2015 dari Millward Brown, Top 20 Indonesia Best eMark Award 2015 dari SWA & Telkom University, Bronze Champion of Indonesia WOW Brand 2015 dari MarkPlus Inc., dan Top 10 Retailer dari Retail Asia Pacific.

