**Butelki Rainbow od Waterdrop oraz Conchity Wurst**

**Miesiąc Dumy to radosny czas dla całej społeczności LGBTQ+. Najnowsze badania pokazują, że Europa oraz Polska coraz mocniej opowiadają się za tolerancją. Waterdrop wraz ze swoją ambasadorką Conchitą Wurst wspierają walkę o brak dyskryminacji oraz oferują nową edycję uniwersalnej butelki termicznej Rainbow w kolorze tęczy, a 10 proc. zysku ze sprzedaży każdej butelki na rzecz dwóch organizacji wspierających różnorodność i równość.**

Pride Month to święto radości, które honoruje społeczność LGBTQ+, ich historie, osiągnięcia oraz walkę o równość. Każdego roku, czas między 1 a 30 czerwca przypomina nam o tym jak ważna jest akceptacja, różnorodność oraz miłość. Badanie [Eurobarometru](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_22_447) wykazało, że prawie połowa Europejczyków uważa, że równość społeczna oraz tolerancja i otwartość na innych ludzi należą do wartości, które najlepiej uosabiają Unię Europejską i jej ideały.

**Świat zmierza ku tęczowej tolerancji**

Najnowsze [badanie](https://www.ipsos.com/en/pride-month-2023-9-of-adults-identify-as-lgbt), przeprowadzone z okazji Miesiąca Dumy w 30 krajach, dowodzi, że Polacy stają się coraz bardziej tolerancyjnym narodem. Co trzeci Polak popiera legalizację małżeństw jednopłciowych, a 38 procent akceptuje wychowywanie przez te pary dzieci. Na przestrzeni lat, możemy zaobserwować wyraźny trend wzrostowy. Ostatnia dekada przyniosła w Polsce zwiększenie poparcia dla ślubów tego typu par z 21 procent do 32 procent. Wyniki ankiety mówią, że 5 procent Polaków określa swoją orientację jako inną niż heteroseksualna. Największymi orędownikami zmian w prawie oraz liberalnego podejścia wobec odmienności są kobiety, oraz pokolenie gen Z – 61 procent.

**Waterdrop i Conchita Wurst wspierają akceptacje**

Z okazji **Pride Month** **Waterdrop** oferuje limitowaną edycję uniwersalnej butelki termicznej [Rainbow](https://waterdrop.pl/products/uniwersalna-butelka-termiczna-rainbow-2023?variant=46792653504840), zaprojektowanej w kolorze tęczy. Wyprodukowano ją z nierdzewnej stali. Jej innowacyjny kształt, zapewnia odpowiedni uchwyt, a ponadto zapewnia ona do 6 godzin – ciepło napojów oraz ich zimno do 24 godzin. To przydatne rozwiązanie na nadchodzące lato, kiedy dużo czasu spędzamy na świeżym powietrzu i w ciepłej temperaturze. Co ważne, Waterdrop przekaże 10 procent zysku ze sprzedaży każdej butelki Rainbow na rzecz organizacji LGBTQIA+. 5 procent trafi do [OutRight Action](https://outrightinternational.org/), natomiast kolejne 5 do [Queer Base.](https://queerbase.at/) W ofercie dostępny będzie również limitowany zestaw micodrinków [Love](https://waterdrop.pl/products/love-pride-23?variant=46792651374920) o smaku granatu, jagód goji oraz aceroli.

[Waterdrop](https://waterdrop.pl/), w ramach edycji butelki Rainbow, po raz kolejny nawiązał współpracę z **Conchitą Wurst** jako ambasadorką. To utalentowana artystka i performerka, która od czasu zwycięstwa w Konkursie Piosenki Eurowizji nadal inspiruje ludzi do dążenia do szczęścia poprzez swoją sztukę i muzykę. Jest osobą zaangażowaną w walkę o brak dyskryminacji.

Conchita oraz Waterdrop marzą o świecie, w którym ludzie są równi, ich prawa szanowane. Marka oferuje również [mikrodrinki](https://waterdrop.pl/collections/microdrinki) bez dodatku cukru oraz konserwantów. Firma wierzy w idee zrównoważonego rozwoju oraz możliwość wyeliminowania nadmiaru plastiku ze świata.

**Waterdrop®** to marka, która powstała w 2016 roku w Austrii, obecnie działa w 11 krajach europejskich, USA, Singapurze oraz Australii. Przyświecają jej dwie idee – picia większej ilości wody oraz wyeliminowania plastiku w formie jednorazowych butelek. W ofercie waterdrop**®** znajdują się smakowe, rozpuszczalne w wodzie kapsułki wzbogacone o witaminy i ekstrakty roślinne oraz akcesoria, takie jak butelki, termokubki i dzbanki filtrujące wodę. Marka dostarcza innowacyjne rozwiązania wspierające dobre samopoczucie konsumentów poprzez oferowanie wysokiej jakości produktów oraz doświadczeń związanych z kwintesencją życia — wodą.

**Ekologiczny rozwój**

Waterdrop, którego inwestorem oraz ambasadorem jest legendarny tenisista Novak Djoković, łączy rozwój swojej oferty produktowej z dbaniem o środowisko. Marka zapewnia klientom dostęp do ekologicznych produktów, projektowanych przez wybitnych specjalistów. Firma uważa, że warto ograniczyć spożycie cukru oraz ilość plastiku na świecie. Waterdrop stale dostosowuje się do potrzeb rynku, promując zarazem spożywanie odpowiedniej ilości płynów. Niezwykle ważne dla firmy jest pielęgnowanie idei zrównoważonego rozwoju. Stosując ją, marka chce zdobyć pozycję lidera w branży napojów.

<https://waterdrop.pl/>

<https://www.facebook.com/waterdroppolska/>