

'Street children'

Category K1. Complex advertising campaigns

Бэкграунд:

Проблема беспризорных детей в Украине становится катастрофической. По неофициальным данным их количество достигло 200 000. К сожалению, общество пытается бежать от этого. Как же мы поступаем с проблемой, которую не хотим решать? Мы просто удаляем ее.

По данным исследований Unicef, полиция даже ловила этих детей на улицах и всех вместе вывозила за пределы города. Это как мусор на улицах, вы просто хотите, чтобы не было никакого напоминания о проблеме.

Но это не помогает.

“Проблема бездомных детей - не столько отсутствие еды, одежды и крыши над головой, сколько безразличие общества. Потому что им нужна любовь, психологическая поддержка, доверие людей, которые их окружают, вера в будущее. Только тогда дети не будут возвращаться на улицы снова и снова.”

Caritas

Идея:

Простые и дешевые постеры, сделанные в форме бездомных детей, заполнили город так же, как и сами дети улиц. Таким образом, мы подталкиваем людей, руководствующихся импульсом и желанием сорвать эти постеры, задуматься! Люди воспринимают эти постеры как мусор на улицах и пытаются избавиться от него, но затем, они получают сообщение о том, что они избегают проблему, а не решают ее.

Мы заново клеили на стены новые постеры, т.к. дети снова возвращаются на улицы. На промо-сайте streetchildren.com.ua каждый может найти информацию о том, как можно помочь решить проблему бездомных детей.

Каналы камуникации:

- Ambient постеры на улицах
- Вкладыши в прессе
- Поп-ап баннеры на сайтах
- Gorilla активность в социальных сетях
- Facebook страничка

Пожалуйста ознакомьтесь с полным видео кейсом кампании
Street Children.mpg

или посетите веб страничку

<http://www.streetchildren.com.ua/campaign/>

Результаты:

- впервые в Украине проблема беспризорных детей была затронута на таком уровне
- всего за пару недель страничка на facebook собрала более 1000 друзей
- горилла активность в социальных сетях охватила более 50 000 человек
- кампания была освещена в прямом эфире на главном канале страны 1+1. А так же на самом популярном новостном сайте korrespondent.net (недельный охват 595 000 пользователей)

Результаты:

- 100 000 загрузок и 7500 просмотров и 53 likes видео кейса (по данным Vimeo)
- многими акция была воспринята как не рекламная, за счет чего получила еще больший отклик на сайтах и блогах
- благодаря кампании был налажен диалог с городскими властями, которые предложили свою помощь и содействие в борьбе с проблемой