

Номинация: «Эко-кампании с использованием маркетинговых сервисов»

Клиент: Atlantic Group

Агентство: Talan Group (Talan Communications)

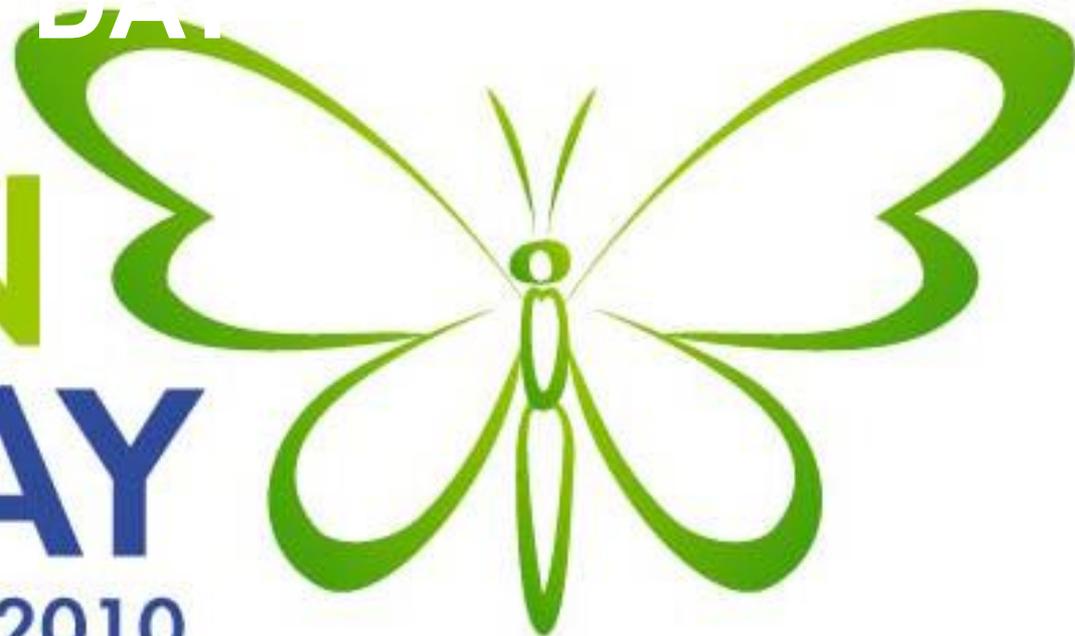
Золотой PROпеллер AGL GREEN

DAY

GREEN

DAY

15.12.2010



Проблема

- Эко тема является актуальной для всего общества и бизнеса
- Однако есть много недопонимания и отсутствия доверия информационному пулу о эко проблемах
- Atlantic Group (AGL) – коммуникационный холдинг, что обеспечивает клиентов полным спектром услуг маркетинговых и медиа коммуникаций
- AGL включает 21 агентства и компании, где работает больше 560 человек
- Многие сотрудники AGL говорят о эко проблемах, но обладают очень поверхностными знаниями
- AGL – «a trend watcher» во многих темах и ЭКО тема находится в фокусе холдинга

Решение

События впервые в истории рекламной отрасли по теме экологии в PR и маркетинговых коммуникациях



•AGL Green Day в формате марафона

•Образовательный проект инновационного центра Atlantic Group на тему экологии

•8 часов лекции, видео показы, демонстрации кейсов, выступления приглашенных спикеров, Talk Show

•Цели мероприятия:

- повысить уровень осведомленности по темам, связанным с экологией, экологичным производством, потреблением и утилизацией продуктов и проч.
- проинформировать сотрудников о мировых эко проблемах
- вовлечь сотрудников в эко движение
- разработать план эко инициатив для компании



Статистика Green Day

- 20** → сотрудников AGL, что готовили мероприятие
- 2** → месяца подготовки
- 10** → спикеров от AGL, что самостоятельно подготовили все темы для выступления
- 14** → встреч с внешними экспертами на этапе подготовке
- 4** → приглашенных спикера
- 10** → представленных эко тем
- 3** → партнеры AGL Green Day



Объявления



Логотип мероприятия и дальнейшего движения



Постеры А2 в офисе



Коробки для бумаги вторичного использования
возле офисных принтеров
с наклейками, где была указана дата
мероприятия



Программа мероприятия

10.00-12.00

Мировая карта Эко проблем

Экология и экономика: как индустрии влияют на окружающую среду

12.00-14.00

Как органы регулируют эко проблемы в нашем государстве

Мировая практика

Международные эко организации

Социальные инициативы

Зеленый Офис

14.00-16.00

Как Эко тема используется в маркетинговых коммуникациях

Как компании и бренды реализовывают Эко тему в бизнес стратегиях и компаниях

16.00-17.30

Ток-шоу

Что необходимо сделать, что бы агентства AGL стали зелеными?

17.30-18.00

Конкурс «Красавица из утиля» - результаты и церемония награждения

Аукцион



Конкурс «Красавица из утиля»

В рамках Green Day состоялся конкурс на лучшую Утильную ёлку

- **19** hand-made елок приняло участие в конкурсе
- **142** гостей Green Day guests голосовали за елки
- **820 грн** было собрано в результате продаж утильных елок на аукционе, которые пошли на воплощение новых Green-инициатив в офисах AGL



Освещение в СМИ

Экология брендов



Полагают, что вклад в теоретические основы современной экологии внёс Б. Коммонер, сформулировав

1. Всё связано со всем
2. Всё должно куда-то деваться
3. Природа знает лучше
4. Ничто не дается даром

В канун Нового Года коммуникационный холдинг Atlantic Group впервые в истории рекламной отрасли предоставил маркетинговых коммуникациях на AGL Green Day.

Событие прошло в формате марафона - 8 часов в Digital Lounge сменяли друг друга различные мероприятия: лекции, видеопоказы, демонстрация кейсов, выступления приглашенных спикеров, Talk Show.

Sostav.ua, Дек. 2011

ЭКОЛОГИЯ БРЕНДОВ



Полагают, что вклад в теоретические основы современной экологии внёс Б. Коммонер, сформулировав четыре закона:

1. Все связано со всем.
 2. Все должно куда-то деваться.
 3. Природа знает лучше.
 4. Ничто не дается даром.
- В канун Нового года коммуникационный холдинг Atlantic Group впервые в истории рекламной отрасли предоставил рынку всю информацию по теме экологии в PR и маркетинговых коммуникациях на AGL Green Day.

Событие прошло в формате марафона – восемь часов в Digital Lounge сменяли друг друга различные мероприятия: лекции, видеопоказы, демонстрация кейсов, выступления приглашенных спикеров, Talk Show.

Обсуждались самые разные аспекты: от мировой карты глобальных экoproблем и влияния различных отраслей на окружающую среду до сложностей в реализации концепции зеленого офиса в Украине. В том числе поднимались вопросы государственного регулирования экoproблем в Украине и зарубежной экoproблемной практики, а также деятельность экологических международных и государственных органи-

заций. Отдельный блок вопросов был посвящен эксплуатации экологической темы в PR и маркетинговых коммуникациях, организации экoмероприятий, примерам и кейсам использования темы компаниями и брендами.

В этот день Digital Lounge посетили 150 человек, в том числе представители СМИ, отраслевых организаций, а также сотрудники компаний холдинга и их клиенты.

Команда из 20 человек на протяжении двух месяцев работала над подготовкой марафона. Организационная группа также благодарит за участие приглашенных спикеров: представителей компаний Philips, Greencubator, Intrends, IRS Group, Hoshva PR.

Отдельная благодарность партнеру Green Day – Nescafe Green, который предоставил подарки для победителей конкурса на лучшую елку, выполненную из утильных материалов.

Еще один результат мероприятия – перечень инициатив, которые будут реализованы сотрудниками коммуникационного холдинга «Атлантик» по итогам Talk show «Что и Как могут делать агентства и компании AGL, чтобы становиться зелеными?».

В планах организаторов – проведение Green Day для школьников и студентов и специализированных экoмероприятий для бизнес-сообщества.

Atlantic Group – коммуникационный холдинг, в который входит 21 агентство и компания в сфере рекламы, медиа, маркетинга и PR. Начиная с открытия первого в Украине рекламного агентства и первой коммерческой медиакомпании в 1992 году, сегодня развитая структура холдинга обеспечивает предоставление более чем 400 клиентам полного спектра услуг маркетинговых коммуникаций.



Marketing and Advertising, Янв. 2011

Экология брендов



Полагают, что вклад в теоретические основы современной экологии внёс Б. Коммонер, сформулировав 4 закона:

1. Всё связано со всем
2. Всё должно куда-то деваться
3. Природа знает лучше
4. Ничто не дается даром

В канун Нового Года коммуникационный холдинг Atlantic Group впервые в истории рекламной отрасли предоставил рынку всю информацию в маркетинговых коммуникациях на AGL Green Day.

Событие прошло в формате марафона - 8 часов в Digital Lounge сменяли друг друга различные мероприятия: лекции, видеопоказы, демонстрация кейсов, выступления приглашенных спикеров, Talk Show.

Russian Marketing Edition, Дек. 2011

Обсуждались самые разные аспекты: от мировой карты глобальных экoproблем и влияния различных отраслей на окружающую среду до сложностей в реализации концепции зеленого офиса в Украине. В том числе поднимались вопросы государственного регулирования экoproблем в Украине и зарубежной экoproблемной практики, а также деятельность экологических международных и государственных органи-

Исследование эко-трендов от IRS Group



В рамках тематического дня Green Day, организованного коммуникационным холдингом Atlantic Group, свои доклады представили представители InTrends Сергей Кузьменко и исследователь агентства IRS Group Юлия Карпинская.

Сергей Кузьменко выступил с темой «Эко-тренд», где рассказал об эволюции «ЭКО» в Украине - от самого зародившегося проявления в обществе. В качестве примера были представлены кейсы по некоторым категориям товаров и услуг, вредящих окружающей среде. И также были описаны различные направления «зеленой» деятельности компаний - от эко-пропаганды и использования эко-символики / эко-дизайна в своем производстве до практики внедрения политики «Зеленый офис».

Юлия Карпинская представила результаты первой ноябрьской волны ЭКО Омнибуса, где рассказала о том, что проект в первую очередь направлен помочь компаниям отследить эффективность своих «зеленых» действий и возможность получить уникальный продукт - отношение потребителей различных категорий к экологической активности брендов, и само экологическое поведение потребителей.

Задачами первой волны ЭКО омнибуса стали:

- узнать, какие экологические проблемы волнуют население Украины больше всего
- определить, каким эко-проблемам следует уделять больше внимания организациям
- очертить возможные способы решения эко-проблем для мобильных операторов
- определить уровень «экологичности» мобильных операторов.

www.uaport.net , Дек. 2011

- 17 публикаций в индустриальных изданиях
- Ключевое сообщение: «экология – актуальная тема для современного бизнеса»



План активностей на создание Зеленого Офиса в AGL

План создан во время события и был реализован до Сентября 2011

1. Наклейки в офисе с интересными эко утверждениями, что напоминают о эко проблемах
2. Сбор бумаги для вторичной переработки – специальные коробки на каждом этаже
3. Автоматические выключатели в туалетах для сбережения энергии
4. Замена пластиковых стаканчиков на бумажные
5. Использование двух сторон бумаги для печатных материалов
6. Обязательное информирование новых сотрудников о зеленых инициативах холдинга

1



100 пачек переработанной офисной бумаги освобождают от мусора 1 м³.



100 пачек переработанной офисной бумаги спасают 5 деревьев.



100 пачек переработанной офисной бумаги экономят 1 000 киловатт-часов.



6



Используйте современные лампы!

До 80% меньше электроэнергии потребляет светодиодная лампа по сравнению с лампой накаливания.



ВЫКЛЮЧАЙТЕ СВЕТ!

19% потребляемой в мире электроэнергии используется для освещения. До 7% упадет использование электроэнергии для освещения, если дома, офисы, заводы, улицы всего мира перейдут на современные энергосберегающие лампы.



4



2



Итоги

Количественные показатели

- **150 сотрудников** AGL и гостей (клиенты, журналисты) приняли участие в мероприятии
- Создание экспертной группы в составе 10 человек на эко темы
- **17 публикаций** в индустриальных и бизнес изданиях
- **60%** спланированных активностей во время AGL Green Day были реализованы до 1 Сентября, 2011
- AGL Green Day в планах организовать **для детей сотрудников AGL** в Декабре 2011

Качественные показатели

- Позитивные отзывы сотрудников о событии
- Новые знания о проблеме
(Mind shift at majority of participants)



План зеленых активностей в AGL на 2011-2012

- Покупка пластиковых пакетов и бумаги из материалов вторичной переработки
- Навигация на лестничной клетке для стимулирования использования лестниц вместо лифта (сберечь энергию, пропагандировать здоровый способ жизни)
- Организация Эко дней/Событий для клиента
- Презентация эко-патруля, что будет контролировать эко инициативы на ежемесячной основе
- Мотивировать клиентов заменить использование пластиковых пакетов на бумажные для разнообразных событий

Присоединяйтесь к эко движению!



Почему наш проект достоин победы

- **Образовательная инициатива для взрослых в формате интерактивных игр**
 - Team building + профессиональный рост
 - Формат события спровоцировал всех участников изучить экспертную точку зрения
- **Проект помог развить позицию социально ответственного в каждом сотруднике холдинга**
 - Найти решение глобальных экологических проблем на локальном уровне, что будет понятно для каждого
 - Не ждать на государственные инициативы и решать эко проблемы на уровне социальных инициатив каждого сотрудника



Спасибо за внимание!

GREEN
DAY
15.12.2010

