

Poliția verde a copiilor

Scris de Henkel Romania
Luni, 18 Ianuarie 2010 13:34



Compania Henkel se implică activ în viața societății, dorind să “facă viața oamenilor mai ușoară, mai bună și mai frumoasă”. Pe lângă viziunea companiei, una din cele 10 valori ale companiei vorbește despre responsabilitate socială. Compania este preocupată de mediul înconjurător și este un partener activ în cadrul comunității.



“**Poliția verde a copiilor**”, campanie începută de Henkel România în anul 2007 și continuată în 2008 în parteneriat cu organizațiile “ Mai mult Verde”(2008) și “Salvați Dunărea și Delta AC” (2007).

Companie: Henkel România

Distincție: Silver Award for Excellence/ Romanian PR Award 2008/ categoria "Responsabilitate socială și dialog cu grupurile cointeresate"

1.1 Tema / Oportunitatea

Date despre compania care a realizat campania:

- Nume: Henkel România
- Activitate: FMCG, adezivi și tehnologii
- Portofoliu de produse: Persil, Pur, Silan, Perwoll, Rex, Bref, Clin, Fa, Taft, Palette, Gliss, Schauma, Vademecum, Ceresit, Thomsit, Loctite, Moment ș.a.
- Poziții-cheie pe piață: dintre mărcile Henkel care ocupă poziții fruntașe pe piața românească, sunt menționate: Pur (pe segmentul detergenților pentru vase), Clin (pe segmentul detergenților pentru geamuri și suprafețe lavabile) , Bref (pe segmentul odorizantelor de toaletă) –dintre detergenți , Palette – lider pe piața vopselelor de păr și Taft-styling; apoi produsele marca Loctite (bine cunoscute la nivel mondial), adezivii pentru construcții și comerciali –Ceresit, Thomsit, Moment și nu în ultimul rând tehnologiile Henkel .

Problema specifică abordată/ Oportunitatea campaniei

Compania Henkel se implică activ în viața societății, dorind să “facă viața oamenilor mai ușoară, mai bună și mai frumoasă”. Pe lângă viziunea companiei, una din cele 10 valori ale companiei vorbește despre responsabilitate socială. Compania este preocupată de mediul înconjurător și este un partener activ în cadrul comunității:

- Compania Henkel a fost prima companie privată din România care a investit într-un proiect ecologic și educațional în Delta Dunării - “Împreună pentru o Deltă curată” (2004 la aniversarea a 10 ani). Unul dintre obiectivele acestui proiect a fost atragerea atenției publicului larg asupra problemelor ecologice grave cu care se confruntă Delta Dunării. Se poate spune că acest obiectiv a fost atins urmărind multitudinea de proiecte care au loc astăzi în Delta Dunării.

- În 2005 campania a fost extinsă printr-un proiect educațional derulat în școlile din Delta Dunării.
- În 2006 Henkel a donat școlilor din Delta Dunării cărți și alte materiale didactice pentru biblioteci, ajutând la refacerea fondului de carte.
- Campania "Împreună pentru o Deltă curată" acționa numai asupra rezultatului final, ajutând temporar la reducerea cantității de deșeurii din Dunăre și de pe mal. Dar pentru deșeurile din Delta Dunării nu sunt responsabili numai locuitorii Deltei, ci toți cei care locuiesc în vecinătatea marelui fluviu.
- Succesul campaniei de educație derulată în școlile de pe teritoriul Rezervației Bioseferei Delta Dunării, dar mai ales feedback-ul primit de la profesori, elevi și părinții acestora au confirmat faptul că singura cale de rezolvare (pe termen lung) a problemei deșeurilor din Deltă este schimbarea mentalității.
- Prin urmare, Henkel România a decis să extindă proiectul ecologic la întreg bazinul Dunării. Va fi o campanie cu un orizont mare de timp, sub umbrela căreia vor fi organizate mai multe mini-campanii/ proiecte. Campania umbrelă se intitulează "Împreună pentru o Dunăre curată", fiind , așa cum sugerează titlul, o continuare logică a primei campanii din Delta Dunării.

2. □ □ Cercetarea

Pentru realizarea unui proiect de anvergură și cu impact local, trebuia găsit un partener serios. Acesta a fost asociația „Salvați Dunărea și Delta AC” (SDD AC) care a prezentat companiei Henkel un proiect foarte interesant de educație și atitudine eco. După primele întâlniri, au fost definitivată structura campaniei și restul detaliilor de fond și formă. Așa a luat naștere proiectul „Poliția verde a copiilor”, inițiat de SDD-AC cu sprijinul Henkel România. Din 2008 proiectul va fi derulat de către asociația „Mai Mult Verde”.

Scopul principal al inițiativei îl reprezintă constituirea unei rețele de mici prieteni ai Dunării în scopul realizării de acțiuni de ecologizare și educare a populației și turiștilor din localități aflate pe cursul Dunării și din Delta Dunării.

Pe termen lung, proiectul își propune să se extindă astfel încât la finalul anului 2008 să cuprindă elevi din toate școlile din localitățile dunărene de pe teritoriul României. În „Poliția verde a copiilor” s-au „înrolat” 22 de elevi din 22 de școli aflate în localități dunărene, cu rezultate școlare excepționale, pasionați de ecologie.

3. □ □ Planificarea

Obiective

Comunicarea externă:

- Anunțarea lansării campaniei “Poliția verde a copiilor” în paralel cu tabăra de educație ecologică a “Poliției Verzi” de la Sf. Gheorghe (Delta Dunării)
- Anunțarea școlilor premiate de către Henkel România ca urmare a rezultatelor “Poliției Verzi” din anul 2007
- Reflectarea în mass media a etapelor și activităților din cadrul campaniei

Comunicarea internă:

- Anunțarea programului către angajații Henkel România și angajații Henkel CEE și Henkel

Poliția verde a copiilor

Scris de Henkel Romania
Luni, 18 Ianuarie 2010 13:34

Group.

- Informarea angajaților cu privire la preocuparea Henkel România pentru o Dunăre mai curată.

Criteriile de evaluare identificate:

- Feedback calitativ de la publicurile țintă
- Rata de răspuns a școlilor membre (grad de implicare în activitățile post-tabără)
- Număr de apariții în mass-media (numărul articolelor apărute)
- Numărul persoanelor atinse de mesaj (impressions)
- PR Ad Value (conform metodologiei Henkel Group)
- Feedback primit de la headquarter și colegi din țările vecine.

Publicul-țintă al comunicării

- Publicul extern:
 - Școli de pe cursul Dunării
 - Mass media
 - Publicul larg prin intermediul mass media și în special locuitori din orașele riverane Dunării
 - Autorități (Ministerul mediului, Asociația Biosferei Delta Dunării) și parteneri
- Publicul intern:
 - angajații Henkel România
 - angajații Henkel CEE
 - colegi din departamentele de comunicare din celelalte țări membre Henkel CEE

Mesaj-cheie:

Să-i învățăm pe localnici și pe turiști regulile de bază ale colectării selective, ale reciclării. Poliția Verde își asumă responsabilitățile unei poliții adevărate – atenționează și sancționează abaterile comportamentale vizavi de sănătatea Dunării și a Deltei Dunării.

Canale de comunicare:

Externă

- Mass media locale din Tulcea, Galați, Brăila și Constanța (presa scrisă, on-line, agenții de știri, TV, radio)
- Informarea școlilor situate în localități dunărene
- Mass media națională (presa scrisă, on-line, agenții de știri, TV, radio)
- Website-ul proiectului www.politiaverde.ro
- Machete de presă cu vizualul, logo-ul și inițiatorii campaniei

Internă

- Revista companiei- Henkel Life
- Intranet

Realizarea suporturilor de comunicare:

- Eveniment de presă – în tabăra de la Sf. Gheorghe (presa locală – Tulcea, dar și din județele învecinate: Constanța, Galați, Brăila)

Poliția verde a copiilor

Scris de Henkel Romania
Luni, 18 Ianuarie 2010 13:34

- Prezentarea proiectului/ Broșura – școli, Ministerul Învățământului, Ministerul Mediului, ARBDD
- Comunicate de presă (cu target diferit: presa locală și presa centrală)

Echipe de coordonare a proiectului/ Contacte cu echipa managerială pentru obținerea suportului acestora

- Pentru inițiator/ SDD AC, Mai Mult Verde: Dragoș Bucurenci, Doru Mitrana, Miruna Ralea
- Din partea Henkel : Corporate Communications Manager, Președinte

4. Implementare

Tabăra ecologică a reprezentat prima acțiune din cadrul proiectului „Poliția verde a copiilor” și a inclus evenimentul de lansare a proiectului – o conferință de presă informală, desfășurată în tabără.

Tabăra de elevi desfășurată la Sf. Gheorghe, în perioada 4-11 septembrie 2007, a reunit sub denumirea „Poliția verde a copiilor” 22 de elevi de gimnaziu (clasele V-VIII) din 22 de școli aflate în localități din județul Hunedoara).

În tabără elevii au mers pe plaja din Sf. Gheorghe unde i-au atenționat pe turiști în privința colectării deșeurilor în puncte fixe, au curățat zona plajei și au transportat deșeurile strânse la punctele de colectare și au învățat foarte multe despre Dunăre și Delta de la specialiști.

2007

- Inițierea proiectului – tabăra ecologică de la Sf. Gheorghe
- La conferința de presă au mai fost invitați:
- ambasadorii Poliției Verzi – Loredana și membrii trupei HiQ
 - jurnaliști din presa locală (Tulcea), dar și din orașele învecinate (Galați, Brăila, Constanța)
 - reprezentanții Henkel România
 - reprezentanți ARBDD
 - alți parteneri

Pentru eveniment „micii polițiști verzi” au pregătit o expoziție de colaje, desene și fotografii (fiecare elev participant în tabără a primit un aparat foto digital). În cadrul evenimentului, elevii împărțiți în 3 echipe, coordonate fiecare de un membru HiQ, au conceput și realizat o planșă cu tema „Poluarea Dunării”. Loredana Groza a fost maestrul de ceremonii al evenimentului și a desemnat la sfârșit echipa câștigătoare.

Toți elevii au primit apoi diplome din partea Henkel / SDD și din partea Gărzii Naționale de Mediu.

Vizibilitate / promovare: elevii au purtat uniforme Poliției Verzi, bandane și tricouri; branding tabără (steaguri, postere, baloane).

- Anunțarea școlilor câștigătoare
- Anunțarea școlilor pe website
- Premiera școlilor (trofee, diplome și cadouri)
- Anunțarea premianților în revistele Henkel

Poliția verde a copiilor

Scris de Henkel Romania
Luni, 18 Ianuarie 2010 13:34

2008

- Reluarea proiectului, activarea școlilor
 - Comunicat de presă distribuit către mass media centrale și locale, care anunță rezultatele proiectului după primele șase luni
 - Facelist/ update website – în perioada aprilie-iulie 2008
 - Creșterea numărului copiilor și a școlilor participante
- În derulare. Deadline: sfârșitul anului 2008.

5. Evaluarea

Comunicarea externă:

- Conferința de presă/ tabăra ecologică : acoperire media – 15 materiale, distribuite pe medii astfel:

Presa scrisă (9 materiale):

- Adevărul, 9/10/2007
- Cotidianul, 9/10/2007 (2 apariții)
- Acum, 9/10/2007
- Obiectiv, 9/10/2007
- Delta, 9/11/2007
- Academia Cațavencu, 9/12/2007
- Curentul, 9/12/2007
- Cronica Română, 9/14/2007

Website (1 material):

- www.bucurenci.blogspot.com, 7/9/2007

Agenții de presă (1 material):

- News In

TV (2 materiale):

- B1 TV, 9/11/2007
- Realitatea TV, 9/16/2007

Radio (2 materiale):

- Radio România Actualități, 5/26/2004
- Radio Argus Tulcea

Concluzii:

Din punctul de vedere al acoperirii media, conferința a fost un succes, generând un PR Ad Value (calculat conform standardelor Henkel) de cca. 20.000 EUR.

Numai cele patru cotidiene centrale au generat un număr de ca. 200.000 de impresii.

Expunerea a fost mult mai mare, pentru că la expunerea datorată mass media trebuie adăugat

“publicul captiv”: turiștii aflați la Sf. Gheorghe pe durata desfășurării taberei (plajă) și cei prezenți la conferința de presă.

Tabăra a fost o acțiune percepută pozitiv atât de elevii participanți cât și de părinții lor și de profesorii coordonatori. Pe tot parcursul taberei, elevii au funcționat ca o adevărată echipă și au fost extrem de receptivi la activitățile propuse, fapt extrem de important pentru asigurarea continuității proiectului pe termen mediu și lung.

Anunțarea școlilor câștigătoare

- Prezența pe website
- Prezența în publicațiile școlilor
- Prezența în revistele Henkel Life (România și CEE)

Alte date relevante pentru evaluarea proiectului:

După tabără, proiectul a continuat cu un concurs între cele 22 școli dunărene înscrise în „Poliția verde”, care s-a desfășurat până pe data de 1 decembrie 2007. Fiecare elev care a participat în tabără trebuia să își formeze o echipă din 3-4 colegi și să conceapă împreună un program cât mai amuzant și eficient de educare a turiștilor și populației din localitatea lor, după modelul Poliției Verzi de la Sf. Gheorghe. Henkel România a anunțat că va premia cea mai bună inițiativă a unei școli cu un premiu de 10.000 lei.

Rezultatele copiilor au fost remarcabile, cinci școli impresionând în mod deosebit juriul prin inițiativele lor. Prin urmare, au fost premiate toate cele 5 școli “verzi”, astfel:

- Premiul I - Școala 6 din Drobeta Turnu Severin, care a primit și un premiu de 2.000 Euro din partea Henkel
- Premiul II – Școala din Rast, jud. Dolj, care a primit un premiu de 1.000 Euro din partea Henkel
- “Cea mai profesionistă echipă verde”: Școala Nr. 12 din Tulcea
- “Cea mai bună metodă de comunicare a mesajului”: Școala 14 din Drobeta Turnu Severin
- “Cea mai originală acțiune și logo”: Liceul Nicolae Iorga din Brăila

Comunicarea internă:

- Proiectul a fost prezentat în mai multe numere ale Henkel Life România și CEE din 2007.
- Alte țări vecine și-au declarat deja interesul față de acest proiect și se pregătește o strategie de extindere în următorii ani către alte țări. Sigur, rezultatele din România în primii doi ani vor fi extrem de importante pentru luarea unei astfel de decizii. Se dorește folosirea website-ului www.politiaverde.ro ca principală platformă de comunicare.

Notă:

1) Selectarea acestor elevi a fost făcută de către SDD AC în primul rând prin intermediul inspectoratelor, apoi prin directorii de școală și profesorii desemnați de aceștia. Procesul de selecție a generat participarea unor elevi având nu numai rezultate școlare excepționale, dar și foarte interesați să participe împreună la acțiuni din domeniul ecologiei.