



12. Grand PRix 2019.

Grand PRix za najbolju prilagodbu svjetske kampanje

Dobitnik nagrade: Madison Consulting i IKEA Hrvatska: „Ravnopravnost je bolja za sve“

Projekt je realiziran u razdoblju od siječnja do prosinca 2018.

Analiza situacije: Prema indeksu rodne ravnopravnosti, Hrvatska je ispod europskog prosjeka, a samo četvrtina stanovništva Zagreba smatra da žene i muškarci u Hrvatskoj imaju jednaka prava na radnom mjestu. IKEA je unaprijeđenje rodne ravnopravnosti uvrstila među poslovne ciljeve tijekom tri poslovne godine.

Ciljevi: Pozicionirati IKEA kao jedinstvenog i poželjnog poslodavca, brand i tvrtku, doprinijeti pozitivnoj percepciji građana o tvrtki IKEA i informirati ih o aktivnostima za rodnu ravnopravnost.

Provedba: Organizacija konferencije „Ravnopravnost je bolja za sve“, edukacije, proslava Dana žena, izdavanje IKEA Newslettera posvećenog rodnoj ravnopravnosti, održan natječaj SUPERTATA - snimljen film s IKEA tatama o ravnopravnoj uključenosti u odgoj djece, sudjelovanje na konferenciji „Odgovorni poslodavci za odgovorno roditeljstvo“ (medijsko partnerstvo s Jutarnjim listom).

Učinak i vrednovanje uspješnosti komunikacije: Godišnje istraživanje Brand Capital pokazalo je da 8 % više potrošača u odnosu na 2017. smatra da se IKEA odnosi pošteno prema zaposlenicima i ima etičke poslovne prakse, a 6 % više smatra da IKEA poštuje ljudska prava i interese djece.

Kreativnost i inovativnost: Dosad nisu zabilježene integrirane korporativne kampanje prema zaposlenicima, kupcima i dionicima za osnaživanje rodne ravnopravnosti u društvu. Više od polovice hrvatske javnosti izloženo je porukama o rodno-ujednačenim organizacijama, jednakim plaćama i prilikama za zapošljavanje i napredovanje, a uključeni su zaposlenici koji su podijelili svoje priče i bili ambasadori kampanje po centru grada.