



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

16. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2023.

Kategorija: Grand PRix za društveno odgovorno poslovanje

Naziv projekta: **Natječaj {ZAJEDNO} za zelene ideje**

Agencija: Madison Consulting za dm-drogerie markt d.o.o.

Razdoblje realizacije projekta: od 11.4.2022. do 16.11.2022.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: U 2022. godini dm je na razini koncerna snažniji fokus odlučio staviti na održivost kao jedan od stupova svog poslovanja. S ciljem osnaživanja i održavanja imidža dm-a kao tvrtke koja održivost implementira u sve segmente svog poslovanje te brine o okolišu i boljitku lokalne zajednice, dm je u Hrvatskoj odlučio ostvariti suradnju s onima koji žele stvoriti budućnost utemeljenu na održivosti. Namjera je bila pružiti podršku realizaciji onih ideja koje će dati doprinos očuvanju i zaštiti okoliša neposredne lokalne zajednice.

Ciljevi: Opći cilj bio potaknuti što veći broj prijava kvalitetnih projekata koji će dati stvaran doprinos zaštiti okoliša i/ili razvoju ekološke svijesti, održati poziciju dm-a kao društveno odgovorne tvrtke koja u najvećoj mjeri ulaže u lokalnu zajednicu te zaštitu okoliša te približiti društveno odgovorno poslovanje i vrijednosti dm-a zajednici te osigurati vidljivost i prisutnost ključnih poruka u nacionalnim i lokalnim medijima

Provedba: U pripremnoj fazi oformljena je radna skupina koja je obuhvaćala predstavnike odjela Marketinga i odnosa s javnošću dm-a i predstavnike agencije za odnose s javnošću te je pripremljen plan provedbe i komunikacije natječaja koji je definirao provedbu u dvjema fazama (faza prijava i odabira projekata te faza realizacije projekata), kao i ciljeve, dionike, ciljne skupine, komunikacijske poruke, aktivnosti, specifične taktike i alate te komunikacijske kanale za svaku od faza. Detaljno su analizirani i precizno raspodijeljeni dm-ovi financijski i ljudski resursi potrebni za implementaciju obje faze projekta, uključujući i osnivanje radne skupine za analizu pristiglih prijava te odabir projekata koji će biti realizirani uz podršku dm-a. U objema fazama komunikacije korišteni su svi vlastiti kanali komunikacije koji obuhvaćaju online platformu za prijave, e-newsletter, katalog dm-a, profile dm-a na društvenim medijima, časopis ACTIVE BEAUTY, prodavaonice dm-a, interni časopis podmornicu te internetsku stranicu dm-a. U fazi prijava izravno su obaviješteni Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja, Hrvatska udruga poslodavaca, Hrvatska gospodarska komora te više od 30 hrvatskih eko udruga i organizacija, regionalne i gradske razvojne agencije, Agencija za plaćanja u poljoprivredi, ribarstvu i ruralnom razvoju i Hrvatski savez udruga ekoloških proizvođača. Druga faza započela je nakon odabira projekata. Organizirana je svečana primopredaja potvrda o odabiru za predstavnike projekata koje je dm odabrao te je poslana objava o odabranim projektima na medije nacionalnog dosega. Pripremljeno je i poslano 10 objava koje su prilagođene lokalnim medijima.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije; pristiglo je 299 prijava projekata, odabrano/realizirano 17 projekata; dm je prepoznat kao tvrtka koja u najvećoj mjeri ulaže u zaštitu okoliša i potiče ekološku osviještenost (52 posto) te ulaže u lokalnu zajednicu donacijama, suradnjom s udrugama (36 posto); ukupno je objavljeno 275 članaka i priloga o natječaju {ZAJEDNO} za zelene ideje, a PR vrijednost iznosila je 149.278 EUR.

Kreativnost i inovativnost: Kako bi se osigurala vidljivost projekta i ključnih poruka u medijima, poslana je objava za medije o otvaranju natječaja na medije nacionalnog i lokalnog dosega s dodatnim fokusom na medije, novinare i emisije koji prate teme ekologije te na medije i novinare koji prate rad trgovačkih lanaca i poslovne teme. Za svaki od komuniciranih odabranih projekata organizirana su događanja na lokacijama realizacije na kojima su sudjelovali predstavnici dm-a, prijavitelja, a na odabranima su se pridružili i predstavnici lokalnih vlasti.