A picture containing outdoor

Description automatically generated

* **Название проекта**

Арт-объект «Медведь на льдине»

* **Автор или авторский коллектив**

ООО «ИНГКА Сентерс Рус Оперэйшн»

* **Клиент (Заказчик)**

ООО «ИНГКА Сентерс Рус Оперэйшн»

* **Сроки (рассматриваются проекты текущего года)**

Октябрь 2021

* **Проблематика**

Хрупкость природы и неразумное потребление человека

* **Целевые аудитории**

Первичная ЦА – все посетители торгового центра, имеющие потенциальный интерес к устойчивому развитию и защите экологии, 20-45 лет, мужчины и женщины, достаток средний и выше среднего;

вторичная ЦА: посетители торгового центра уже сформировавшие экологичные привычки, лидеры мнений в области устойчивого развития, которые могут повлиять на первичную аудиторию

* **Цели и задачи**

Повысить лояльность ЦА  к бренду МЕГИ за счет демонстрации социальной ответственности бренда

* **Коммуникационная стратегия**

Художественным преувеличением мы предприняли попытку разбудить воображение посетителей и где-то, возможно, уйти в манипуляцию, привлекая таким образом их внимание к проблеме загрязнения окружающей среды.

Основные площадки коммуникации с ЦА – собственные каналы – социальные сети (Instagram, VK, сайт), также через лояльных нашему бренду инфлюенсеров, амбассадоров осознанного потребления:

Text

Description automatically generated A picture containing text

Description automatically generated Graphical user interface

Description automatically generated

Graphical user interface

Description automatically generated with low confidence

* **Тактика, Креативные решения**

В основу  концепции арт-объекта мы положили противопоставление природы и продуктов потребления человека

* **Практические действия**

Аудитория была вовлечена в создание арт-объекта: до начала монтажа мы выступили с коммуникацией в своих каналах  о сборе пластиковых бутылок для арт-объекта на тему экологии, в сборе так же участвовал наш партнер по переработке отходов. Таким образом, можно сказать, что эта инсталляция – продукт коллаборации неравнодушных к проблемам экологии людей и организаций.  Расположение арт-объекта  - рядом со станцией раздельного сбора отходов на парковке торгового центра, такое соседство усиливает  сообщение, лежащее в основе проекта.

* **Результат (бюджет и эффективность)**

С помощью неравнодушных посетителей и партнёров было собрано более 5000 пластиковых бутылок, которые заполнили основу льдины.

Как итог получился замечательный, яркий арт-объект, который не оставляет в стороне ни единого гостя.

Достижение цели оценивали косвенно через упоминания в соцсетях и СМИ. За все время существования инсталляции (около 2 месяцев) мы отследили около 20 положительных упоминаний проекта в соцсетях, с суммарным охватом около 6 тысяч человек (примеры публикаций выше).

Также со времени открытия объекта посетителями и партнёрами центра было сдано 105 кг пластика разных маркировок, который отправился на переработку к нашему партнёру. Дальше-больше!

A picture containing outdoor, sky, ground

Description automatically generated