



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



Investește în oameni!

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară: 1. Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere

Domeniul major de intervenție: 1.2 „Calitate în învățământul superior”

Revista presei – 2 iulie

<http://www.responsabilitatesociala.ro/>

Campanii sociale impresionante premiate la Cannes Lions 2014

Descoperiti 4 campanii spectaculoase despre protectia copiilor, relatii familiale, alimentatie sanatoasa sau protectia mediului

În perioada 15-21 iunie 2014 a avut loc cea de-a 61-a ediție a Festivalului Internațional de Creativitate Cannes Lions, cel mai mare eveniment global adresat profesioniștilor în comunicare. Anul acesta au fost înscrise peste 37.000 de campanii din 97 de țări. Printre campaniile premiate, s-au numărat și unele cu un puternic mesaj social, înscrise în diverse categorii, precum: Media Lions, Mobile Lions sau Design de Produs.

Va prezentăm mai jos câteva astfel de exemple de campanii premiate.

Campanie împotriva abuzului sexual al copiilor

La categoria “Grand Prix for Good”, marele premiu a fost câștigat de campania “Sweetie”, creată de organizația olandeză Terre des Hommes și agenția Lemz Amsterdam. Problema de la care au plecat organizatorii a fost faptul că abuzul sexual asupra minorilor prin intermediul internetului a devenit un fenomen din ce în ce mai răspândit, odată cu expansiunea unor mijloace precum video chat-ul.

Campanie pentru părinții care vor să-și convingă copiii să vină să-i viziteze

Compania feroviară australiana V/Line a câștigat premiul la categoria “Creative Effectiveness Lions”, pentru campania “Guilt Trips”. McCANN Melbourne, agenția care a creat-o, a apelat la sentimentul de vinovăție al tinerilor care pleacă din zonele rurale ale Australiei înspre



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



Investește în oameni!

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013

Axa prioritară: 1. Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere

Domeniul major de intervenție: 1.2 „Calitate în învățământul superior”

marile orase, si care apoi nu mai au timp sa-si viziteze suficient de des parintii si prietenii ramasi in urma. Este vorba de un fenomen destul de des intalnit in societatea australiana.

Campanie de promovare a folosirii alimentelor neprocesate in restaurante

Una din cele mai premiate campanii ale acestei editii a fost The Scarecrow (Sperietoarea de ciori). Aceasta campanie a castigat doua premii, la categoriile "Cyber Lions" si "PR Lions". Campania a fost realizata de catre agentia Creative Artists Agency Los Angeles, pentru Chipotle Mexican Grill, un lant de restaurante cunoscut in Statele Unite pentru angajamentul sau de a oferi clientilor mancare din surse sustenabile.

[Articol complet](#)