



Aegon Magyarország Zrt. - Aegon Művészeti Díj „Olvadni jó!”

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2013-as pályázatán a *MAF Leginnovatívabb Támogatói Program Kategóriában* és a *MAF Az Év Társadalmi Befektetési Programja Kategóriában* **3. helyezést** ért el, valamint a *MAF Legsikeresebb Partneri Együttműködések Kategóriában* **shortlist jelölést** kapott.

A program időtartama: 2006 óta folyamatosan

A programra fordított támogatás a pályázat benyújtásáig:

- pénz: 200.000.000 Ft



A program előzményei:

2006-ban megszűnt a Magyar Irodalmi Díj, amelyben az Aegon Magyarország alapító tag volt. Ekkor döntött a vállalat vezetése arról, hogy önállóan alapít díjat a kortárs művészet, és fókuszáltn az irodalom támogatására. Ma már a legrangosabb hazai szakmai elismerésként tartják számon. Ma, amikor a kultúra ennyire híján van a támogatásoknak és az elismeréseknek, az Aegon Magyarország ezzel a jó példával igyekszik hozzájárulni a kultúra, az értékes irodalom népszerűsítéséhez. Az alapító elkötelezettségét jelzi, hogy az elmúlt időszakban sorra szűntek meg kulturális díjak, az Aegon pedig ebben a környezetben is ugyanolyan támogatási összeggel áll a magyar kultúra mellett.

A program célja:

Az AEGON Művészeti Díj küldetése az irodalom népszerűsítése mellett az értő és igényes olvasóvá válás elősegítése. A megújult Aegon Művészeti Díj szlogenje: Olvasni jó! Ilyen egyszerűen: érdemes és fontos olvasni. Ugyanilyen fontos, hogy az olvasás örömforrás legyen. Az iskolai nevelés csak az egyik pillér és példa a gyerekek előtt, legalább ilyen fontos, hogy otthon olvasó emberek, könyvek vegyék körül a gyerekeket. Így a díjon keresztül az alapító célja az értékes irodalom és az olvasás népszerűsítése. A nettó 3 millió Ft összegű kortárs művészeti díjjal elsősorban a magyar irodalmi élet kiválóságait szeretné a cég elismerni.

Illeszkedés a vállalat támogatási stratégiájába:

Az AEGON Magyarország üzleti sikerei egyre inkább arra ösztönzik a céget, hogy tevékenyen vegyen részt a társadalmilag rendkívül fontos és hasznos, ám állami támogatásban kevésbé részesülő területek fejlesztésében. Az AEGON Magyarország már a kezdetektől fogva kivette részét e munkából, hiszen kulturális, oktatási és karitatív támogatásaival megelőzte versenytársait. Közel 20 évvel ezelőtt határozta meg azokat a fő irányvonalakat, amelyeket azóta is következetesen visz végig: ez az oktatás, a karitatív jellegű segítségnyújtás, valamint a kultúra, ezen belül is a kortárs művészetek támogatása. A három fő irányvonal mentén felsorakozó támogatott művészek,

szervezetek és intézmények köre természetesen változott az idők folyamán, követve a vállalati struktúra, az üzleti célok és a döntéshozók személyi változásait.

A program leírása:

A díjat élő magyar író kaphatja az előző évben megjelent kiemelkedő szépirodalmi teljesítményéért. 2006-2012 között a díjra szépirodalommal foglalkozó magazinok, újságok szerkesztősegei, újságírók, kritikusok jelölhettek szerzőket. 2012-től a szépirodalmi művek kiadói jelölhetik saját kiadású könyveik íróit. A jelölések elbírálását egy hét tagú – utólag nyilvános összetételű – zsűri végzi. A díj odaítélésében az alapító szándéka szerint kiemelt szerepe van a szakmaiságnak. Annak érdekében, hogy a díj valóban a magyar irodalmi élet nivós szakmai kitüntetése legyen a zsűrit az irodalomhoz értő, független, neves szakemberek (irodalomtörténészek, kritikusok, esztéták, művészek) részvételével állítja össze. A díjhoz 2006-2012 között Társdíj kapcsolódott, amelyre a díjazott író jelölt egy másik művészt, kötelezően más művészeti ágból.



Innovativitás:

Az alapító - szakmai partnerekkel együttműködve - teljesen új koncepciót hozott létre, nem egy futó projekthez adott pénzügyi támogatást. Újdonság volt 2006-2012 között a díj és a Társdíj összekapcsolása, ennek koncepciója. Újdonság az olvasásnépszerűsítési program hozzákapcsolása a díjhoz, amely a kortárs írókat segít közelebb vinni a középiskolás korosztályhoz, valamint azokhoz, akik szeretik a kultúrát, de nem feltétlenül olvasnak kortárs írókat. A program a kommunikáció tekintetében is igyekszik maximálisan kihasználni az új technikai lehetőségeket: youtube, facebook, stb.

Partnerség:

- Summa Artium és WinCom: szakmai koncepció összeállítása, jelölési-zsűrizési folyamat koordinálása, együttműködések kialakítása, kommunikációs anyagok, stb.
- Libri - Líra csoport: kommunikáció
- PIM: Nyáry irodalmi díjak kiadvány támogatása
- Könyvesblog: szakmai együttműködés a díjazottra esélyes művek kommunikációja
- Supka Géza Alapítvány: "Te is olvasol, ugye?" olvasásnépszerűsítő pályázat támogatása
- Olvasóliget: "101 Grecsó" - olvasás népszerűsítés a Sziget fesztiválon
- Margófeszt: Aegon irodalmi díjas írók népszerűsítése
- Matehetsz: Aegon irodalmi díjas író a Matehetsz irodalmi táborában, a díjhoz kapcsolódó programok népszerűsítése az irodalomtanárok felé
- Budapesti Nemzetközi Könyvfesztivál, Magyar Irodalomtanárok Egyesülete

Eredmény, hatás:

Az Aegon Művészeti Díj eseményeit folyamatosan kiemelkedően magas média visszhang jellemzi. Az egyes események után kb. 150 - 200 publikáció, interjú, vagy valamilyen egyéb híradás jelenik meg immáron 8. éve. Reményeink szerint több millió az olvasást, és az értékes irodalmat kedvelő emberhez jutott el a díj, a díjazott írók, művészek híre.

A díj fogadtatása, visszhangja, média megjelenései és nem utolsósorban a kulturális támogatások terén betöltött kiemelkedő szerepe azt jelzi, hogy a cég egyértelműen pozitív irányba mozdította el az imidzsét, az elismertségét, nemcsak a kultúrát, a művészeteket kedvelők között, hanem saját munkatársai és (potenciális) ügyfelei körében is. Az ügyfelek fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések keretében többször hivatkoztak arra, hogy a cég kulturális támogatásai szimpatikusak számukra. Legalább ennyire fontosnak tartjuk azt is, hogy a kollégáink azonosulni tudjanak a támogatói irányvonalainkkal, céljainkkal. Ezért kifejezetten a munkatársak számára is szerveztünk beszélgetéseket pl. a díjazott írókkal, vagy ajándékként adtuk a díjazott könyveket a munkatársaink és partnereink részére.

Kommunikáció:

A program kommunikációja elsősorban PR eszközökkel történik: sajtótájékoztató, sajtóközlemények, interjúk. A célcsoport az olvasást szerető nagyközönség, kiemelten az irodalmi lapok olvasótábora. Az elmúlt évben kezdtük el használni a közösségi médiát (FB, YouTube), ahol írásos anyagok mellett videofilmeken keresztül kommunikálunk. 2013-ban együttműködést kötöttünk a Libri Médiával, amelynek keretében a díjazott írókat és a shortlistes írókat kiemelten népszerűsítjük a Libri boltláncban és egyéb csatornákon (különkiadványok, port.hu, kultúra.hu, fidelio, stb.)

Információk:

- www.aegondij.hu
- www.facebook.com/aegondij