



HEINEKEN Hungária Zrt. - Segíts sörrel! - Sörfesztivállal egy jó ügyért

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2016-os pályázatán elnyerte a
MAF JUNIOR Különdíjat

A program időtartama: 2015. jan. 1 – 2015. dec. 31.

A programra fordított támogatás a pályázat benyújtásáig:

- Pénzben: 8 500 000 Ft
- Szervezési költségeket tekintve: 1 szervező összesen 10 órában

A program előzményei:

Az érintetti fórumok alkalmával kiderült, hogy a vállalat bevonódása a helyi ügyekbe nagyon fontos a közösségek számára. A helyi ügyek felkarolásával és a jótékony cél szórakozással való összekötésével a fogyasztók igazán azt érzik, hogy aktívan részt vehetnek a közösség fejlesztésében. A döntéshozók és a civil szféra visszajelzési és aktív közreműködése segítségével a vállalat képes ott segíteni, ahol erre szükség van. Eszközt és felületet szolgáltatnak az alulról induló kezdeményezéseknek.

A program célja:



A vállalat célja, hogy a HEINEKEN alaptevékenységéhez legjobban illeszkedő műfajjal, sörfesztivállal és a bevétel jótékony célú felajánlásával támogasson társadalmilag és a helyi közösségek számára fontos ügyeket. A sörözés közösségformáló ereje mellett a fogyasztókkal közösen segít civil célokat. A program hozzájárul a cég társadalmi beágyazottságának javításához és erősíti a kapcsolatot a kiemelt érintettekkel.

A program illeszkedése a vállalat támogatói stratégiájába:

A HEINEKEN integrált támogatási stratégiája kétpólusú: országos elérésű, kiemelt célok támogatása (munkanélküliség, Soproni Jóleső Segítség), emellett gyárainak otthont adó közösségek, helyi ügyek támogatása. A Segíts Sörrel a helyi támogatási stratégia ernyő programja. Nemzetközi vállalként a cég működésének globális hatásai vannak, de minden országban a helyi érdekeltségeknek és céloknak megfelelően próbálnak működni a leányvállalatok (Global footprint with local mind-set stratégia).

A program leírása:

A cég minden évben a saját szervezésű vagy a kiemelten szponzorált fesztiválok sörből származó bevételét egy-egy helyi ügy számára ajánlja fel. Az esélyegyenlőség biztosítása érdekében a helyi városvezetés ajánlja a szavazásra bocsátott ügyeket, különböző szektorokból (környezetvédelem, szociális segítség, egészség/sport), és a fesztiválozók szavazzák meg a sör mellé kapott kuponok segítségével. A bevont ügyek, civil szervezetek kampányt folytathatnak a szavazatok elnyeréséért. A

fesztiválok egy óriás installációval követik nyomon a szavazás alakulását, amelynek eredményét a fesztiválon hirdetik ki.

Innovativitás:

A közösségek megszólításának innovatív módja, hogy a bevont emberek szórakozásukkal segíthetnek. Iparági szinten a HEINEKEN szervez egyedül ilyen programot és támogatja saját sörfesztivál szervezésével a helyi közösségeket és jótékony célú felajánlással a helyi ügyeket. A szavazás eredményét egy kihelyezett szavazó installáción követhetik nyomon a fesztiválozók. A közösségi élményt, közösségi céllal kötik össze, az érintettek maximális bevonásával.

Partnerség:

A fesztiváloknak otthont adó városvezetés aktív részese az ügyek kijelölésének és a szervezeteket segítik a kampány megszervezésében. A non-profit szervezetek népszerűsítő (szavazat fundraising) kampány során gyűjthetnek támogatókat. A helyi rádióban minden szervezetnek lehetősége van bemutatkozni és szavazásra buzdítani a fesztiválozókat.

Eredmény, hatás:

A sörfesztiválok szervezése többezres tömegeket mozgatott meg helyi szinten (Sopron 4000 fő, Martfű 1000 fő), akikhez eljutott a program üzenete és a bevont civil szervezetek tevékenysége.

2015-ben a HEINEKEN a Soproni és Martfűi sörfesztiválokat, a VOLT fesztivált, a Campust és az Efott-ot vonta be a programba, ehhez illeszkedik a támogatott szervezetek száma: a kampányban 15 szervezet vett részt, közvetlen anyagi támogatásban 5 szervezet/intézmény részesült. Egy ilyen rendezvény kitűnő láthatóságot nyújt a helyi ügyeknek és segíti a helyi lakosok érzékenyítését a civil témák iránt. A civil szervezetek életében az egyenként fél-másfél millió forintos támogatás pedig egy-egy éves program megvalósításának költségét is lefedte.



Ezek a rendezvények a cég részéről nagy anyagi befektetést igényelnek, amelynek üzleti megtérülése nem prioritás, és a sörbevétel felajánlásával nem is mérhető.

Kommunikáció:

- Helyi sajtó - helyi ügyek népszerűsítésének hatékony eszköze.
- Facebook - márkaépítés és vállalati kommunikációs csatorna bevonása.
- Sörfesztivál, mint Btl aktivitás - közvetlen elérése a fogyasztóknak, érzékenyítés szórakozás közben.
- Érintetti párbeszéd - releváns ügyek feltérképezése.