



סיכום רבעון ראשון, 2016

תאגיד המיחזור אל"ה

מקרא

2 סיכום פעילות תקשורתית

2 כללי

5 ציבור חרדי

6 מגזר ערבי

סיכום פעילות תקשורתית

כללי

בהתאם לתיקון חוק הפיקדון התש"ע, בשנת 2016 על שיעור איסוף בקבוקי הפלסטיק המשפחתיים להגיע ל 55%. בקבוקי הפלסטיק המשפחתיים מהווים זרם מרכזי מסך אריוזות הפלסטיק, אשר יעד האיסוף הכולל שלהן, עפ"י חוק האריוזות, נקבע על 22. 5% לכלל סוגי אריוזות הפלסטיק החל משנת 2012. עמידה ביעדי המיחזור של אריוזות הפלסטיק במסגרת חוק האריוזות, תלוי בין היתר בגובה איסוף שיעור בקבוקי הפלסטיק המשפחתיים.

לשם כך, תאגיד המיחזור אל"ה מבצע מגוון פעילויות תקשורתיות אשר מטרתן העלאת שיעור האיסוף:

1. "בקבוקים לא גופלים כפה רק במיחזורית"

The image shows a Facebook post from the page 'אל"ה' (Ala). The post features a video of a man speaking, with a woman in a red jacket (Dor Alsa) in the background. The text on the post reads: 'ממחזרים, מתייעצים, ויוצאים מרוצים' (We recycle, we consult, and we are satisfied). Below the video, there is a comment from Moran Lev: 'נעלי כבר הפסדו לנו לא פשוט. את השבת שאמרו שמיים ללכת לתיכוד' (We've already lost for good. The weekend they said we should go to Teichod). The post also includes a call to action: 'צפו עכשיו <' (Watch now <').

יצרנו קמפיין שכלל טיזר המודיע על "מותה" של הקומיקאית, השחקנית ואחת מאייקוני התרבות הגדולים בארץ - רבקה מיכאלי. בסרטון פרידה מרגש, בו היא מספידה את עצמה עוד בחייה, וחולקת את מחשבותיה – תוך שהיא מעבירה את אותו מסר שאינו טריוויאלי – היא כבר לא תצטרך למחזר, אבל אנחנו הילדים שהיא גידלה וניסתה להשאיר להם עולם טוב יותר – דווקא אנו נשאר איתם, אם לא ננקוט פעולה עבור עצמנו.

המהלך זכה לשיח עצום באמצעי המדיה:

- אתרים - מעל 2 מיליון חשיפות ו- 9000 הקלקות
- FACEBOOK - 2 מיליון חשיפות, כ-229 אלף הקלקות, מעל 39 אלף לייקים, כ-4,000 תגובות ולמעלה מ-7,000 שיתופים
- YOUTUBE מעל 800,000 אלף צפיות
- שיחה ברדיו – גל"צ, אקו99, 102, 100
- שיחה באתרים – גלובס, NRG, כלכליסט, YNET, מאקו, רשת
- שיחה בטלוויזיה – מהדורת ערוץ 2, תכניות בוקר בערוצים 10 ו-2 ועוד

בגלובס נכתב: "בהרבה הומור עצמי ותוך שימוש במוטיבים אקטואליים, הצליחה מיכאלי לרתק את תשומת-הלב הציבורית לתאגיד המיחזור אל"ה, בקמפיין שכלל פרסום דיגיטלי בלבד. מעבר לכך, באיגוד חברות הפרסום, איגוד השיווק וגלובס הכתירו את הקמפיין בתור "קמפיין החודש".

2. כנס "סביבה 2050"



הכנס התקיים בנוכחות השר להגנת הסביבה, מר אבי גבאי, בכירים מהמשרד להגנת הסביבה ואנשי תעשייה, משפטים ורשויות. מנכ"ל אל"ה מר חיים זרביב וגיל ליבנה מנהל היחידה לאיכות הסביבה בשלטון המקומי העניקו את "המיחזורית המצטיינת" לערים שתושביהן הצטיינו בתחום מיחזור בקבוקי הפלסטיק המשפחתיים: תל אביב- יפו, כפר סבא, רעננה, באר שבע, אלעד, שפרעם, ערד, אופקים, ואור יהודה.

3. "בוקר של מיחזור"



פעילות בוקר שנפרסה על פני 16 ערים ומעל 50 בתי ספר (ממלכתי דתי, ממלכתי) ובה מדי יום נפגשו ילדי בתי הספר עם להטוטן שהדגים להם את הפרדת המיכלים למתקן צבעוני והיתולי ובדרך חווייתית עוררנו את המיחזור הפרדה בין פיקדון ומשפחתיים בקרב צוות המורים והילדים.

4. שת"פ עם עיתון קומיקס



שת"פ עם עיתון קומיקס ובו מדי שבוע (במשך 7 שבועות) הופיע סיפור בהמשכים על חבורת ילדים שמחוללים מהפך במיחזור בשכונתם.

5. שת"פ עם רדיו קול חי



שאלון טריוויה למאזינים בנושא הלכות מיחזור וידע על הישגי מיחזור.

6. "אמא, תמחזרי למעני"



ב 21 לפברואר יום האם עלה תאגיד המיחזור לקמפיין מקיף ומשולב לציבור הערבי "אמא, תמחזרי למעני".

הקמפיין כלל את סרט א"ה בערוץ ה-YOU TUBE, FACEBOOK. באנרים ופרירולים באתרי אינטרנט מובילים ובמובייל.

לטובת הקמפיין:

- העלתה אל"ה לדף פייסבוק <https://www.facebook.com/Recycle.ar>, פעילות שת"פ להעלאת תמונות ילדי גולשי האתר כחלק מרצון לשתף ולאחל יום אם שמח
- מודעות בעיתונות הערבית (הארצית והמקומית) ובתשדירי רדיו

נעשה שימוש בייצוג של נשים תושבות הישוב עם ילדיהם ובכל אמצעי המדיה עלו הפרזנטוריות האוטנטיות שנבחרו. המהלך מביא לחיבור הטבעי בין דאגת האם לילדיה לחינוך טוב, בריאות, ותזונה בריאה לכך שהמיחזור הוא חלק מהדאגה לעתיד הטוב יותר של הילדים.