



סיכום רבעון רביעי, 2015

תאגיד המיחזור אל"ה

מקרא

2	סיכום פעילות תקשורתית
2	כללי
4	ציבור חרדי
5	מגזר ערבי
6	סיכום פעילות קהילתית
6	כללי

3. "מיחזרת נתפסת הרווחת"



שת"פ חנוכה עם רדיו קול חי "מיחזרת נתפסת הרווחת" - פעילות בשכונות וערים חרדיות בשידור חי עם ניידת השידור של רדיו קול חי שחילקה לילדים שמיחזרו סופגניות.

4. "ממחזרים וזוכים"



קמפיין קיץ שעלה בחודשים יולי ואוגוסט שמטרתו פעילות פרסומית (עיתונות), יח"צ ושטח. בקמפיין שנערך בערים ושכונות חרדיות ברחבי המדינה, התבקשו התושבים החרדים להשליך בקבוקי משקה משפחתיים ריקים מסומנים בטוש עם מס' הטלפון למיחזורית הקרובה למקום מגוריהם מדי שבוע והוגרלו אופנים ותלושי קנית ספרים. בתום הפעילות הוכרזה העיר אלעד בה נמדד הגידול הגבוה ביותר בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד (יולי+ אוגוסט 2015, אל מול יולי+ אוגוסט 2014), לאחר שהגבירה את מיחזור בקבוקי המשקה המשפחתיים ב 95%! הזכייה של העיר הביאה לילדי העיר פעילות מלהיבה של לונה פארק + מתקנים מתנפחים בסוכות. קמפיין "ממחזרים וזוכים זכה לכיסוי תקשורתי נרחב בכל העיתונות החרדית הארצית והמקומית. באתרי האינטרנט החרדיים ובתחנות הרדיו "קול ברמה" ורדיו "קול חי".

5. "אמא, תמחזרי למעני"



בספטמבר עלה תאגיד המיחזור לקמפיין מקיף ומשולב לציבור הערבי "אמא, תמחזרי למעני". הקמפיין כלל הפקת סרט ייחודי שעלה בערוץ ה-YOUTUBE, FACEBOOK. באנרים ופריירולים באתרי אינטרנט מובילים ובמובייל.

לטובת הקמפיין:

- העלתה אל"ה דף פייסבוק <https://www.facebook.com/Recycle.ar>, הנותן מענה לפניות מהציבור הערבי קורא לו להעלות תמונות של פעילות מיחזור משפחתית.
- יצא התאגיד בקמפיין שילוט חוצות (בנצרת, אום אל פאחם, עוספייה ושפרעם), מודעות בעיתונות הערבית (הארצית והמקומית) ובתשדירי רדיו.

יחודו של הקמפיין הוא בכך שנעשה שימוש בייצוג של נשים תושבות הישוב עם ילדיהם ובכלל ישוב עלו השלטים בהם מופיעות הנשים של אותו ישוב. המהלך מביא לחיבור הטבעי בין דאגת האם לילדיה לחינוך טוב, בריאות, ותזונה בריאה לכך שהמיחזור הוא חלק מהדאגה לעתיד הטוב יותר של הילדים

