



סיכום רבעון שלישי, 2017

תאגיד המיחזור אל"ה

מקרא

2.....	סיכום פעילות תקשורתית
2.....	כללי
4.....	ציבור חרדי
5.....	ציבור 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 אריזות הפלסטיק, אשר יעד האיסוף הכולל שלהן, עפ"י חוק האריזות, נקבע על 22.5% לכלל סוגי אריזות הפלסטיק החל משנת 2012. עמידה ביעדי המיחזור של אריזות הפלסטיק במסגרת חוק האריזות, 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. קמפיין חרוזים



המשך קמפיין "חרוזים", הקמפיין הכולל סדרה של 5 סרטונים קצרים שבהם יש סיטואציות שאינם מתחרזות עם המילה "פה":

- שחקן
- מרצה – [לחץ כאן לצפייה](#)
- מורת דרך
- שחקני שחמט – [לחץ כאן לצפייה](#)
- תשחץ – [לחץ כאן לצפייה](#)
- משחק טלויזיה

וזאת כדי להדגיש כי גם אם זה נראה טבעי לסיים את המשפט = הפעולה עם פה הרי שזו פעולה שגויה ואת הבקבוק יש להשליך למיחזורית.

2 . סרטונים ברשתות החברתיות



תפוצת הסרטונים של תאגיד המיחזור אל"ה ברשתות החברתיות צברה אלפי צופים:

- ב "חזקוש" צפו מעל ל 500 אלף צופים. [לחץ כאן לצפייה](#)

3. קמפיין בלגבים



פעילות קיץ אשר הופצה בכל אמצעי המדיה החרדית (רדיו, עיתונות ואתרים) עם תחרות נושאת פרסים להגברת מיחזור בקבוקי משקה משפחתיים.

הפעילות כללה פעילות שטח בה התבקשו התושבים לרשום את מס' הטלפון על גבי הבקבוק ומדי שבוע זכו 8 משפחות בפרסים (אופניים, כרטיסי ספר).

בתום הפעילות זכתה משפחה בפרס גדול של חופשה משפחתית והנוכה (דצמבר) תזכה עיר בפעילות עירונית על סמך תוצאות הגברת המיחזור העירוני.

הפעילות זכתה לאהדה רבה בקרב ראשי הערים וקיבלה חשיפה יחצנית בולטת.

4. מיחזורית גלידה



במהלך כול חודש ספטמבר יצאה מיחזורית גלידה ל- 17 ביקורים ב- 14 ישובים של הציבור הערבי לחלוקת קרטיבים לילדים תמורת השלכת 3 בקבוקי משקה משפחתיים למיחזורית.

הפעילות זכתה לכיסוי תקשורתי הן ברשתות החברתיות והן ביחסי ציבור בכל אמצעי המדיה לרבות ראיונות בערוצי הטלוויזיה.