

KAMPANJER 2016



Kari-Lill Ljøstad

KOMMUNIKASJONSSJEF - GRØNT PUNKT NORGE



grøntpunkt.no

Takk for at du kildesorterer - konsept



Vi har over 6000 medlemmer som gjør gjenvinning av emballasje mulig – men alt for få som stolt viser at de er med på denne jobben

Takk for at du kildesorterer –

VI har allerede betalt for at emballasjen skal gjenvinnes!

Næringslivskampanje «Enige på et punkt.»

I næringslivet konkurrerer vi med hverandre.

- Men med Grønt Punkt medlemskap er vi med i et stort samarbeid.



Vi konkurrerer om de beste hvitevarene, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et nonprofit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså, merket, finner du på emballasjen. Noen av fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grøntpunkt.no



Vi konkurrerer om den beste osten, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et nonprofit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså, merket, finner du på emballasjen. Noen av fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grøntpunkt.no



Vi konkurrerer om de beste byggevarene, men på et punkt samarbeider vi.

Grønt Punkt

Grønt Punkt er et samarbeid mellom virksomheter som tilfører markedet emballasje. Medlemmene betaler for at emballasjen blir samlet inn og gjenbrukt. Grønt Punkt er et nonprofit selskap, og både offentlige og private bedrifter er medlemmer. Bæstest, selvså, merket, finner du på emballasjen. Noen av fremdeles ikke medlemmer, det kan du gjøre noe med!

Sjekk om bedriften du jobber i er medlem på grøntpunkt.no

Vi inviterer dere til å bli med på disse kampanjene!

Næringslivskampanje «Vi ser nye produkter»



SER DU HØY-
BALLER?
VI SER
NYE HAGE-
MØBLER.

Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deniet ea cum volupta tiaspelit ut raur arum eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que m eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que



grøntpunkt



SER DU BRUKTE
PP-SEKKER?
VI SER FINE
FLEECE-JAKKER.

Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deniet ea cum volupta tiaspelit ut raur arum eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que m eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que



grøntpunkt.no



SER DU BRUKT
PLAST?
VI SER 1000 NYE
PLASTPOSER

Takk for at du kildesorterer

Officte et utem rae volupta esequist, sequide de non plaut ipsum es deniet ea cum volupta tiaspelit ut raur arum eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que m eatuae ptatur remporum faciendae expelli gendebitas es voluptuntur rete quis nita que

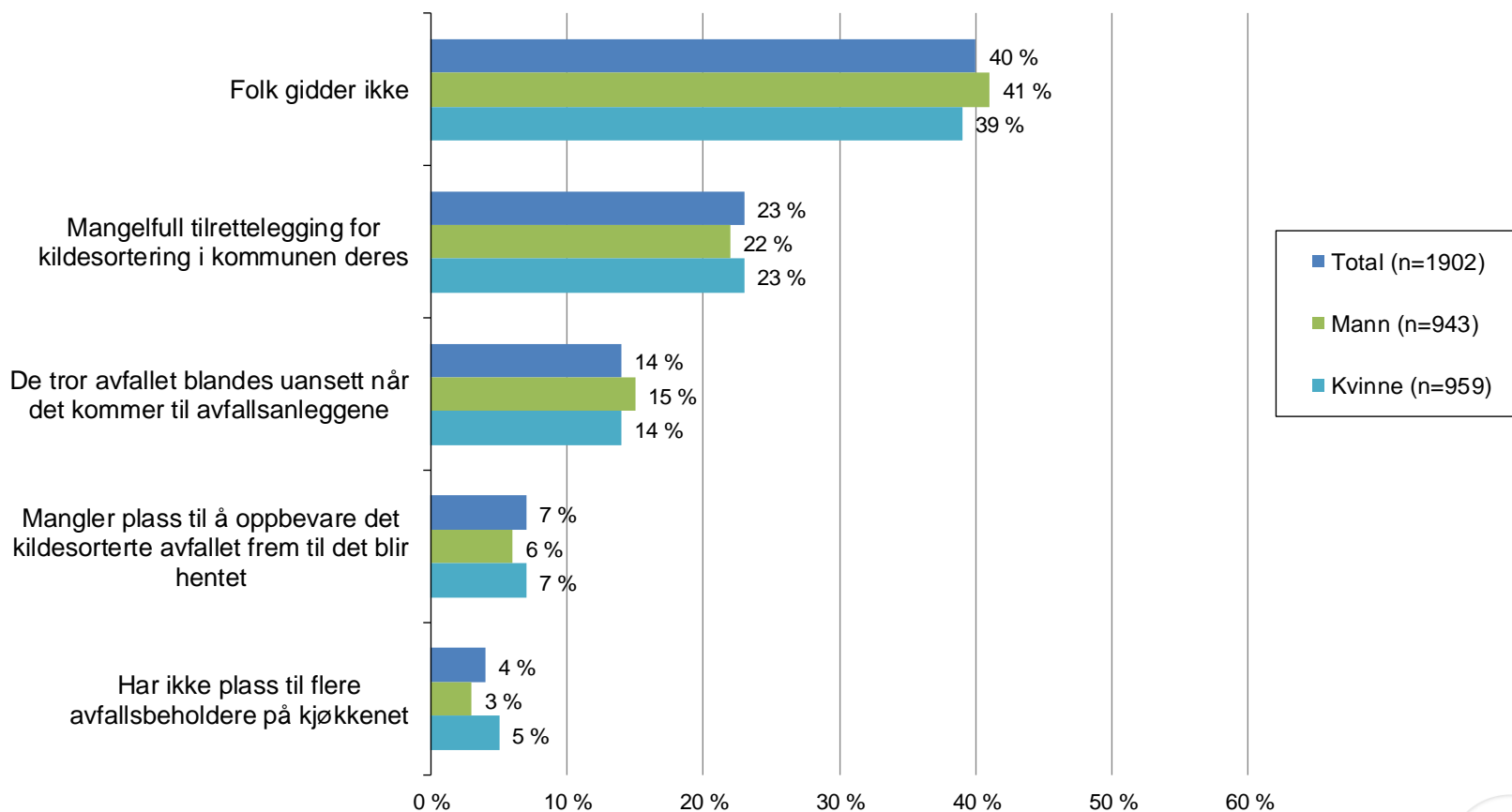


grøntpunkt.no

NB! Kun skisser –
påstandene stemmer ikke
foreløpig.

«Grunnen er vel at du ikke gidder»

Hva tror du er den viktigste årsaken til at folk ikke kildesorterer, eller bare kildesorterer noe av avfallet sitt?



Gidder ikke!



- Dårlig tilrettelagt
- Liten miljønytte
- Tar mye plass og tid
- Sett at det blandes
- Hørt at det brennes

Hypotese:

Mange mennesker bruker myter og unnskyldninger for å rettferdiggjøre at de ikke gidder!



Brief:

Ta tak i myter på en måte som skaper oppmerksomhet

Kreativ retning:

Bruke humor

Etterlatt inntrykk:

Å la være å kildesortere skyldes først og fremst latskap.

Dårlige argumenter og unnskyldninger blir latterliggjort og fortsatt bruk av disse blir bakstreversk og gjennomskuelig.



Møt dem i døra!

Hvordan skal vi best nå ut til disse personene med de dårlige unnskyldningene?



Norges beste på å raskt karikere og latterliggjøre
Meget høy kredibilitet – ikke brukt i reklame (...siden 1992)
Ønske om å gjøre en forskjell



Ungdomskampanje: Trash TV

Trash-TV blir en nettserie på 4-6 episoder hvor vi finner dysfunksjonelle kollektiv som trenger hjelp til «opprydding».

Serien hjelper dem som bor der med å rydde opp – både i pizzaesker, melkekartonger, interiør og mangelen på gode rutiner. Men også dynamikken dem imellom.

Stikkord:

Mye humor og fine deltagere med personlighet.

Inspirasjon:

DnB Ung igjen 2015

