

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

ČSOB Kampus Festival

Projekt byl navržen a proveden pro:

ČSOB

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ČSOB

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Interní komunikace

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Irena Buřivalová

Firma/organizace: Bison & Rose, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Naše radlická centrála se loni rozšířila o jižní budovu. Na výsledek její podoby mohou být zaměstnanci právem hrdí – pomáhali její tvůrčím návrhům. Otevření neekologičtějšího kancelářského prostoru v Česku jsme museli pořádně oslavit a posílit firemní sounáležitost. Kampus Festival s účastí 4 000 zaměstnanců a jejich rodin, byl navíc vyvrcholením dvouměsíční ekologické výzvy TEAM BLUE GOES GREEN. Výsledky byly slavnostně vyhlášeny na Kampus Festivalu a následně započalo sázení 5 000 stromů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo prostřednictvím dobrovolnické výzvy TEAMA BLUE GOES GREEN a vyvrcholení v podobě Kampus Festivalu zaktivizovat zaměstnance a jejich rodiny a zároveň posílit jejich sounáležitost se značkou ČSOB a celou rodinou skupinou KBC. Dalším cílem bylo informovat o výsledcích zelené kampaně veřejnost a poukázat na to, že ČSOB se řídí principy udržitelnosti ve všech směrech a se změnami začíná u sebe.

Strategie:

S ohledem na trvání výzvy TEAM BLUE GOES GREEN bylo v podstatě celé druhé čtvrtletí roku 2019 věnováno zeleným tématům, často ve spojení s ČSOB Kampusem, a to jak v interní, tak v externí komunikaci. Soustředili jsme se tedy na široké spektrum komunikačních nástrojů a rozprostřeli je v čase tak, aby zaměstnanci dostávali informace pravidelně a nepolevovali ve svém zapojení do projektu. Abychom ještě zvýšili povědomí o výzvě a oslavě, pracovali jsme také s externími influencery (Bára Poláková, Ben Cristovao), kteří na sítích sdíleli informace o zelené výzvě a vystoupili i na závěrečném Kampus Festivalu.

Nástroje a aktivity

-  Event Kampus Festival

Návštěvníci se prostřednictvím komentovaných prohlídek seznámili s budovou a jejími ekologickými řešeními.

Lidé si mohli vyzkoušet akrobatické kousky pod vedením umělců Cirk La Putyka, vychutnat si interaktivní chemicko-fyzikální divadlo pořádané science centrem iQLANDIA či se nechat inspirovat výstavou umění z recyklovaných materiálů.

V hlavním programu vystoupily hudební hvězdy jako Bára Poláková nebo Ben Cristovao, kteří sami vyznávají ekologické hodnoty.

-  Microsite TEAM BLUE GOES GREEN

informace o postupující dobrovolnické kampani (počet sesbíraných elektrozařízení) a souvisejícím počtu stromů, které Skupina a základě výsledků výzvy vysadí

-  Social

výstupy influencerů, jejich příspěvky související se zapojením do kampaně a následně příspěvky z Kampus Festivalu

-  Intranet, Perla TIMES

informace k probíhající kampani v interních médiích ČSOB, teasery na Kampus Festival

Výsledky:

Kampus Festivalu se zúčastnily více než 4 000 zaměstnanců a jejich rodinných příslušníků. Do ekologické výzvy TEAM BLUE GOES GREEN se zapojila polovina všech zaměstnanců, podařilo se celkově vysbírat stovky kilogramů odpadu a přispět na vysazení více než 5 000 stromů. Příspěvky za sociálních sítích měly celkový zásah 500 000 lidí.