

ORGÁNICA

Sumario



Elementos:

- 1- Revista: con un lenguaje publicitario y un tono informal pero sin olvidar la rigurosidad del tema.
- 2- Banderolas: presentes en las calles de Sitges, de manera itinerante.
- 3- Medios de comunicación: anuncio en el periodico local, spot y cuña publicitarios para emitirse en la TV y radio local.
- 4- Abanicos: elemento repartido de manera directa a los asistentes en un acto de la fiesta mayor y por las calles de de Sitges.

Objetivos:

- 1- Reducir la cantidad de residuos impropios en los contenedores de materia orgánica.
- 2- Aumentar la recogida selectiva.
- 3- Reforzar la sensibilización de la ciudadanía.

Público:

- 1- Los ciudadanos de Sitges
- 2- Los restauradores
- 3- Los turistas

Imagen:

- 1- Atractiva: actual, moderna, diferente, original, fuera de los estereotipos que se relacionan con las campañas de residuos.
- 2- Interesante: con mensajes directos, textos claros.
- 3- Con estilo propio: conectada con la realidad ciudadana del municipio.



UN ESTILO DIFERENTE CAMPAÑA DE REFUERZO DE LA RECOGIDA SELECTIVA DE RESIDUOS, EN ESPECIAL LA FRACCIÓN DE LA MATERIA ORGÁNICA EN SITGES



ABANICOS y en Sitges BANDEROLAS



Edición: 2008

Periodicidad: 2 años

Promotores: Ajuntament de Sitges y Cespa

Idea original y producción:

lavola

Servicios para la sostenibilidad

www.lavola.com