

# Акция «Пустые столы»

КАТЕГОРИЯ: MEDIA.

АГЕНТСТВО: SHALMOR AVNON AMICHAY / Y&R INTERACTIVE TEL AVIV.

НАГРАДА: «СЕРЕБРО».

01 &gt;



**01–02 >** Глобальная акция на главной площади смогла накормить более двухсот тысяч человек

Еще одна кампания, посвященная проблемам голода. На этот раз от израильского агентства из группы Y&R, которое смогло организовать обед для двухсот тысяч человек.

## Решение

За две недели до еврейского Нового года большая часть населения Тель-Авива собралась на площади, чтобы расставить столы и тарелки. Взрослые и дети накрывали скатерти, ставили посуду. Но это не было приготовлением к званому ужину. Нет, это был протест под названием «Пустые тарелки». 2,5 километра пустых столов появились на самой большой площади Израиля. Цель всего этого мероприятия — собрать деньги на 200 000 порций еды: одно СМС — одна порция. Такой массовый акт не прошел незамеченным: люди начали присылать свои пожертвования.

На следующий день протест получил широкое освещение в прессе: на ТВ, по

радио, в газетах. Везде появились сообщения и фотографии этого впечатляющего действия.

## Результаты

В итоге люди прислали 203 105 СМС, что означает, что более 200 тысяч человек были накормлены. Собранные данные — номера мобильных телефонов, с которых пришли сообщения, были обработаны и помещены в базу данных. И далее кампания уже продолжилась с расчетом на эту сочувствующую аудиторию. Через несколько месяцев на эти номера был отправлен очередной призыв о помощи, 22% участников ответили, и снова были подарены около 24 тысяч порций еды.

## Ключ к идее



**Суть идеи:** привлечение людей к организации акции доброй воли. Плюс большой,



максимально наглядный символ. Плюс простой механизм перечисления денег с помощью СМС-сообщений.

#### Источники идеи:

Волонтерские программы помощи, работа благотворительных и социальных организаций. В этой кампании люди собрались на площади и бесплатно расставили сотни столов, стульев, тарелок и приборов.

#### Тренировочные вопросы:

1. Что нужно вашему городу и жителям больше всего в данный момент: чистый воздух и вода, свободные от снега улицы, приюты для бездомных, вещи для детей из малообеспеченных семей? Выберите именно то, о чем сейчас говорят в прессе, что обсуждают на локальных сайтах.
2. Предложите людям собраться в одном месте для совместного дела. Не беда, что

соберется не очень много людей, — главное, чтобы они сделали нечто, что увидят многие. Спонсором мероприятия или просто инициатором как раз может выступить ваш бренд. Cosmopolitan уже несколько лет подряд призывает своих читательниц объединяться и сажать деревья. Этой зимой в любом из крупных городов России было бы актуально расчистить пешеходные дороги ото льда и снега.

3. Для всех сочувствующих, кто не смог присоединиться к организации акции, предложите простой механизм денежного пожертвования с помощью СМС. Если ваш бренд пообещает на каждый пожертвованный 1 рубль добавить от себя еще 1 рубль, люди будут жертвовать более охотно. Ведь сумма удвоится!

**YouTube:** Latet Empty Tables. ®

