



Campaña La Hora del Planeta 2014



Categoría “Sponsor Principal”

En Argentina 2013...

- Gracias a la campaña de La Hora del Planeta celebramos la sanción del proyecto de Ley para crear el Área Marina Protegida “Namuncurá / Banco Burdwood, elevando la protección del mar Argentino de un 1% a un 4%.
- Más de 100 empresas se sumaron a la campaña activamente.
- Más de 80.000 empleados y más de 300.000 clientes de diferentes empresas recibieron información y comunicados invitándolos a sumarse a La Hora del Planeta.
- Se comunicaron novedades de La Hora del Planeta en distintas *fan pages* de empresas llegando a un público potencial de **más de 21 millones de personas en Facebook y 130 mil seguidores en Twitter.**

Datos Destacados de La Hora del Planeta 2013 en el Mundo:

Más de **150 países** participaron alrededor del mundo
Más de **7.000 ciudades** en los 7 continentes (más de 6.500 ciudades en 2012)



- El Sponsor Principal de la campaña en 2013 fue HSBC. Carrefour Argentina, Coca Cola de Argentina, LAN Argentina y Libertad fueron Sponsors. A su vez Makro, Tetrapack, Siemens, RSA, Villavicencio, Toyota, Ernst & Young y Los Cauquenes Resort & Spa se sumaron como Colaboradores. Ver las acciones que realizaron las empresas [aquí](#).
- **Más de 700 edificios/ oficinas/ marquesinas de distintas empresas se apagaron** o redujeron la luz en todo el país el 23 de marzo.
- **Más de 500 personas enviaron su foto** para sumarse a la campaña. Ver álbum [aquí](#).
- **24 municipios de 7 provincias distintas, y 2 provincias enteras** se sumaron activamente.
- Se sumaron cerca de **13.000 nuevos fans** en las semanas que duró la campaña en Redes Sociales.
- **#LaHoraDelPlaneta fue Trendic Topic en Buenos Aires, Tandil, Rosario, Córdoba.**
- **Más de 20.700** personas visitaron la página de Vida Silvestre el 23 de marzo.
- Los contenidos de La Hora del Planeta fueron visitados por más de **75.400 visitantes durante el mes de marzo.**
- **Ciudades que se sumaron de manera oficial a La Hora del Planeta 2013:** la ciudad de Buenos Aires; Adolfo Alsina, Junín, La Plata, Miramar, Olavarría, Pilar, San Isidro, Tandil, Tigre y Vicente López (Buenos Aires); Carlos Paz y Dean Funes (Córdoba); Gualguaychú (Entre Ríos); Ushuaia (Tierra del Fuego); Santa Fe, Rosario, Angélica, Casilda y Esperanza (Santa Fe); Neuquén y Senillosa (Neuquén); Mendoza, Godoy Cruz y Malargüe (Mendoza); Simoca (Tucumán) y varios municipios de las provincias de Salta y San Luis apagaron las luces de sus edificios más emblemáticos.



Famosos

- **Participación de Solamente Vos:** El equipo de Polka filmó dos capítulos en donde los actores hacían referencia a La Hora del Planeta. Fue la novela con mayor rating en el país en 2013. Ver video [aquí](#).
- Más de **384.000 personas vieron la publicación** en Facebook del cantante Axel sumándose a la campaña.
- A su vez el **álbum de celebrities sumándose a la campaña se tornó una de las más exitosas en la historia de las publicaciones de Vida Silvestre en Redes Sociales.** Ver el álbum [aquí](#).
- Numerosos **famosos publicaron, desde sus cuentas de twitter, información de la campaña** durante los últimos 5 días de la campaña que desde Vida Silvestre les enviábamos. El **público de estas publicaciones fue de aproximadamente 2.865.000 personas.**





- **El Club Atlético Independiente** posó para la foto oficial con el cartel de la campaña antes de comenzar un partido y difundieron la foto en redes sociales. El sábado 23 apagaron las luces de la cancha.
- **Boca Juniors:** La bandera de la campaña fue expuesta durante el entre tiempo de un partido.



Prensa

- **Se obtuvieron más de 400 entrevistas**, menciones y artículos en TV, radio, diarios y medios online. Ver una entrevista en C5N [aquí](#).
- Más de **72 radios** pasaron el spot de La Hora del Planeta en 2013.
- **18 canales de TV** pasaron el comercial en 2013.



Facebook

- **6.500 fans** se sumaron a nuestra página en Facebook desde que comenzamos a difundir la iniciativa. **Llegando a más de 137.700 seguidores actualmente.**

Twitter

- Se sumaron más de **4.100 seguidores** desde que comenzamos a difundir la iniciativa. En total: tenemos más de **43.600 seguidores**.
- En la Argentina, #lahoradelplaneta y #horadelplaneta fueron dos de los temas más comentado en Twitter el día 23 de Marzo.
- **#LaHoraDelPlaneta fue Trendic Topic** en Buenos Aires, Tandil, Rosario, Córdoba.



ACTIVIDADES

Actividades previas al evento:

- **El Mar al Congreso:** en el marco de la campaña realizamos una **presentación ante más de 30 legisladores**, asesores y periodistas en el Congreso Nacional para impulsar la sanción del proyecto de Ley para crear el Área Marina Protegida "Namuncurá / Banco Burdwood. **En julio celebramos la creación de dicha área marina elevando la protección del mar Argentino de un 1% a un 4%.**
- **El Mar llegó a la estación de Retiro:** Junto a voluntarios y staff de Vida Silvestre se organizó un





flashmob sorpresa en la estación de Retiro para concientizar y darle mayor visibilidad a la temática de la campaña. Ver video [aquí](#).

- **Acción en los Village Cines:** La semana previa a La Hora del Planeta, los boleteros de todos los Village cine del país (Pilar, Caballito, Recoleta, Avellaneda, Rosario, Mendoza y Neuquén) se pusieron la remera de la campaña.



Beneficios de la categoría “Sponsor Principal” para La Hora del Planeta 2014 (LHP)

- 1. Asociación de marca con Vida Silvestre y WWF – la organización de conservación ambiental más grande del mundo**
 - Derechos de uso del nombre “Sponsor Principal”
 - Licencia de uso del logo compuesto FVSA/LHP
- 2. Asociación con la campaña ambiental más grande y reconocida del mundo**
 - En 2013 estuvo presente en los **7 continentes**, en **más de 7.000 ciudades de más de 150 países** y recibió el apoyo de cientos de millones de personas.
- 3. Logo de su empresa en materiales de marketing de LHP**
 - Podrá ser utilizado en actividades de marketing desarrolladas por la empresa en distintas plataformas incluyendo medios gráficos, vía pública, radio y TV, online.¹
 - Logo destacado de la empresa en la página principal de la web LHP (los contenidos de La Hora del Planeta fueron visitados por más de 75.400 visitantes durante el mes de marzo).
 - Actividades e imágenes de las acciones de su empresa para la campaña en la Web de LHP.
 - Presencia del logo de la empresa el día del evento.
 - Presencia de marca durante el evento (a convenir oportunidades y presencia de acuerdo al evento)
 - Posibilidad de presencia de marca en acciones previas al evento de LHP.
- 4. Oportunidades únicas de cobertura de medios**

¹ Previa revisión y autorización de Fundación Vida Silvestre Argentina



- Mención “Sponsor Principal de La Hora del Planeta” en gacetillas de prensa. En 2013 fueron más de 400 las entrevistas, menciones y artículos en TV, radio, diarios y medios online que publicaron notas sobre LHP.
- Video de la gerencia de sustentabilidad de la empresa publicado en la web de La Hora del Planeta.

5. Comunicaciones con los socios y adherentes de Vida Silvestre

- Logo y mención en la revista Vida Silvestre.
- Mención en el e-newsletters sobre LHP enviado a nuestra base de contactos y socios y en el e-newsletter dirigido a empresas.

6. Una oportunidad para que sus empleados participen activamente en su estrategia de RSE

- A través de actividades desarrolladas a medida, en conjunto con Vida Silvestre.
- Expertos de Vida Silvestre ofrecerán una charla sobre eficiencia energética y cambio climático a personal de la empresa, previo al evento.

7. Posibilidad de adaptar y modificar las piezas con creatividad y de acuerdo a los objetivos de la marca. Deberán ser previamente revisados y autorizados por Fundación Vida Silvestre.

8. Una oportunidad para destacar su compromiso con el ambiente

- Conectando sus iniciativas existentes con esta exitosa campaña de concientización masiva.
- Recibirán por parte de Vida Silvestre un informe final de los resultados de la campaña y de su participación y acciones.

Valor de la categoría “Sponsor Principal”: A consultar

La oportunidad

- Esta es una oportunidad única para que el Sponsor Principal promueva La Hora del Planeta de manera integral, entre sus grupos de interés incluyendo empleados y clientes, a través de los diversos canales de comunicación a su disposición.
- Le otorga a la empresa un vehículo de comunicación donde puede integrar sus propias acciones de RSE y darles un renovado ímpetu.



- Vida Silvestre desarrollará un pack de materiales con el fin de apoyar acciones participativas de involucramiento de empleados y clientes. Vida Silvestre trabajará en conjunto para realizar acciones puntuales en el período inmediatamente anterior a LHP.
- Sugerimos comenzar a comienzos del mes de marzo las acciones previas de comunicación, concientización e involucramiento de LHP.

Esperamos sus comentarios y la oportunidad de conversar acerca de esta propuesta.

¡Muchas gracias!

Agustina Ramos Mejía

Agustina.ramosmejia@vidasilvestre.org.ar

Catalina Portela

Catalina.portela@vidasilvestre.org.ar

Fundación Vida Silvestre Argentina

4331-3631 int.35