



Znan je zmagovalec 4. natečaja družbeno-odgovornega projekta Plaktivat, ki je tokrat v središče postavil spletno zasvojenost

Ljubljana, 28. maj 2015 – Plaktivat, družbeno-odgovorni projekt podjetja TAM-TAM, je tokrat v ospredje postavil spletno zasvojenost. S pobudo 4. natečaja, ki je z rekordnim številom 80 prijavljenih plakatov požel izjemen odziv, so izpostavili relevantno družbeno problematiko, ki kliče po pozornosti javnosti in predvsem staršev. Žirija je nagradila plakat ekipe LUNA\TBWA, ki jo sestavljata Katja Petrin Dornik in Petar Perčić. Plakat »Anita« bo od petka, 29. maja, predstavljen na TAM-TAM plakatnih mestih po vsej Sloveniji.

Družbeno-odgovorni projekt Plaktivat, s katerim podjetje TAM-TAM spodbuja pozitivne premike v družbi, je dobil zmagovalca 4. razpisa. Predmet natečaja, ki ga je Plaktivat pripravil v sodelovanju z Društvom LogOut, je bil oblikovanje plakata na temo spletne zasvojenosti. Z izbrano temo želijo v podjetju TAM-TAM opozoriti starše, da ocenijo vedenje svojih najstniških otrok in v primeru prepoznavanja znakov odvisnosti poiščejo pomoč. Zmagovalno delo »Anita« sta pripravila tekstopiska Katja Petrin Dornik in oblikovalec Petar Perčić iz agencije LUNA\TBWA. Kot je povedal član žirije Drago Mlakar iz agencije Publicis, pri iskanju tokratnega zmagovalca ni bilo težko izbrati finalistov, saj bi vsako od teh del v odsotnosti ostalih zaslužno zmagalo, je bilo pa zato toliko težje izbrati najboljšega med najboljšimi: »*Zmagovalno delo na zanimiv način pokaže resnost problema spletne zasvojenosti in predstavi enostavnost njegove rešitve.*« je pojasnil sogovorec.

O relevanci tematike in projekta priča rekordno število prijavljenih del, ki jih je žirija med 23. marcem in 5. majem 2015 prejela kar 80. »*Raziskave kažejo nevarnost realnega tveganja, da določen odstotek mladostnikov, med 10 odstotkov in celo 30 odstotkov, postane pretirano navezan na uporabo interneta oziroma mobilnih naprav. Tako je slaba četrтина mladostnikov zaradi spleta že pozabila na hrano, ali se je odpovedala spanju, 52 odstotkov mladostnikov pa je že neuspešno poskušalo zmanjšati uporabo pametnega mobilnega telefona. Dostopne slovenske raziskave pa nam razkrivajo, da tretjina mladih družbena omrežja uporablja več kot 2 uri in pol na dan*«, je povedal Tomaž Drozg, direktor podjetja TAM-TAM in glavni pobudnik projekta Plaktivat.

Zmagovalni plakat bo od petka, 29. maja, objavljen na vsega skupaj 500 TAM-TAM plakatnih mestih po vsej Sloveniji. TAM-TAM bo kot organizator družbeno-odgovorne akcije Plaktivat zmagovalni plakat prijavil tudi na tekmovalni del Slovenskega oglaševalskega festivala (SOF) in na Bienale vidnih sporočil Slovenije (Brumnov bienale).

Natečaj v okviru Plaktivata je bil namenjen vsem ustvarjalcem, tako posameznikom kot agencijam oziroma pravnim osebam, sodelovanje pa je bilo brezplačno. Ocenjevalno komisijo, ki je imela izredno težko delo, saj je v finalnem žiriranju obravnavala 3 izjemno



izenačena dela, so sestavljali: Blaž Ritmanič (Formitas), Blaž Vuk (Pristop), Drago Mlakar (Publicis), Gsus Ajax (Ajax studio), Maja Gspan (Cankarjev dom), Miha Grobler (Luna), Petra Krulc (Grey), Mitja Petrovič, Petra Belina (Društvo Logout), Tomaž Drozg (TAM-TAM) in Vital Verlič (Futura).

Več o projektu Plaktivat, ki je v preteklosti že opozarjal na pomen hiše Hospic, na nasilje med mladostniki, na beg možganov in se dotaknil prirasta v gasilskih organizacijah po Sloveniji, je na voljo na spletnem mestu, kjer bodo objavljeni tudi prihodnji natečaji tam-tam.si/slo/plaktivat.

Več informacij

Petra Črnivec, IPPR

PR svetovalka

040 165 054

Petra.crnivec@ippr.si