**Stabil bázis, erősödő tartalom – harmadik éve díjaz a Green Pledge program**

**A Market Summit keretében megrendezett Green Summiton harmadik alkalommal adták át a Green Pledge védjegyeket. Az elismerést idén a következő vállalatok és szervezetek kapták: MVM, SPAR, AUCHAN és Well PR, Media Markt, ONE Alapítvány és 4iG, Progressive BEX és Univerzum 8, Mediátor, valamint a Fanga Fanga és a Paramount.**

**SZÖVEG**

A Green Pledge kezdeményezést 2022-ben hívta életre az Önszabályozó Reklám Testület (ÖRT), a Magyar Marketing Szövetség (MMSZ) és a Magyarországi Kommunikációs Ügynökségek Szövetsége (MAKSZ). A program célja, hogy a reklám- és marketingipar szereplői a mindennapi működésükben és a kommunikációs gyakorlatban egyaránt tudatosan figyeljenek a környezetvédelemre, a fenntartható fejlődésre, és kerüljék el a greenwashingot.

Idén a pályázók száma stabil maradt, ugyanakkor a benyújtott anyagok minősége új szintet ért el. Újdonság volt, hogy a **DIMSZ** és az **MPRSZ** tagjai is pályázhattak, így a kezdeményezés még szélesebb szakmai közösséget ért el. A pályázatokat immár három éve ugyanaz a független szakmai zsűri bírálta el, akik tapasztalatukkal és következetes értékelésükkel biztosítják a védjegy szakmai hitelességét. A 13 beadott pályázat közül 9 érdemelte ki a Green Pledge védjegyet.

A nyertes projektek sokszínűsége idén is jól mutatta, hogy a fenntarthatóság a mindennapi élet minden területén helyet talál. Az **MVM** két díjjal is távozott: az *Energiadiéta* kampány egyszerű, hétköznapi tippekkel több százezer embert tanított energiatakarékosságra, míg a *Gördülő Energia* látványos kísérletekkel vitte közel a megújuló energiát a diákokhoz. A **SPAR** a *Műanyagmentes július* programmal edukáció és újrahasználható megoldások segítségével ösztönözte a vásárlókat a tudatosságra. Az **AUCHAN és Well PR** együttműködésében megvalósult kampány a műanyaghulladék csökkentését és a szemléletformálást tette kézzelfoghatóvá. A **Media Markt** *BetterWay nagykövet programjában* „zöld pólós” képzett szakértő kollégák segítették országszerte a vásárlókat a fenntartható döntésekben. A **ONE Alapítvány és a 4iG** közös munkája a digitális kompetenciák fejlesztésén keresztül a fenntarthatósági gondolkodást vitte közel a fiatalokhoz. A **Progressive és az Univerzum 8** a *Green Academy* programban játékos e-learning formájában tanította a fenntarthatóság alapjait. A **Mediátor** egyedülálló kommunikációs kampánya a Gardener Pils példát mutatott arra, hogyan lehet egyszerre edukálni és bevonni a közönséget. A **Fanga Fanga és a Paramount** pedig kreatív, filmkulturális eszközökkel hívták fel a figyelmet a környezettudatosság fontosságára.

Prof. Emeritus Dr. **Bándi Gyula**, a jövő nemzedékek érdekeinek védelmét ellátó biztoshelyettes (zöld ombudsman), a zsűri elnöke kiemelte: *„A pályázatok száma stabil, a minőség pedig évről évre javul. Ez azt bizonyítja, hogy a szakma valóban komolyan veszi a fenntarthatóságot, és kreatívan keresi azokat a megoldásokat, amelyekkel felelősen formálhatjuk a közbeszédet.”*

Dr. **Megyer Örs**, tanácsadó, az MMSZ Tonk Emil Életműdíjasa, az ÖRT tiszteletbeli elnöke, a zsűri társelnöke hozzátette: *„A Green Pledge több mint díj: közösségi ügy. A marketing iparág így mutat példát, és inspirál másokat is arra, hogy a fenntarthatóság ne extra legyen a kommunikációs megoldásokban, hanem természetes alapérték.”*

**Gerendi Zsolt**, az ÖRT főtitkára így fogalmazott: *„Három év alatt a Green Pledge stabilan a szakma egyik legfontosabb fenntarthatósági kezdeményezésévé vált. A programban rejlő erő az együttműködés és a közös szemléletformálás. És ami a legjobb hír: folytatjuk jövőre is.”*

*A programmal kapcsolatos részletek elérhetőek a Green Pledge weboldalán (www.greenpledge.hu)*