

# UNICEF

Na nośnikach Clear Channel w ponad 50 krajach na 5 kontynentach będzie można oglądać zwycięski plakat wspierający kampanię edukacyjną UNICEF na rzecz pomocy dzieciom dotkniętym przez AIDS.

27 października w Johannesburgu, Londynie i Nowym Jorku artyści i osobistości życia publicznego m.in. Whoopi Goldberg, Sir Roger Moore, wspólnie z przedstawicielami Clear Channel i UNICEF, wzięli udział w uroczystym odsłonięciu plakatu, który będzie wspierał kampanię na całym świecie. Kampania, zorganizowana ze środków Clear Channel będzie obecna w 50 krajach świata, na 5 kontynentach. W ten sposób Clear Channel oraz UNICEF rozpoczęli pierwszą globalną kampanię outdoorową, której celem jest zwiększenie świadomości dotyczącej problemu HIV/AIDS wśród dzieci i młodzieży.

Kampania jest wynikiem konkursu na projekt plakatu, w którym uczestniczyło 300 agencji reklamowych z 30 krajów. Zwycięski plakat zaprojektowała agencja Bester Burke z Afryki Południowej. Na świecie kampania zadebiutuje w listopadzie. W Polsce obejmie co najmniej 500 powierzchni nośników typu citylight w 8 głównych miastach Polski i rozpocznie się na przełomie grudnia i stycznia.

- Ze wszystkich środków przeznaczonych na walkę AIDS jedynie ułamek trafia na potrzeby najmłodszych. Mamy nadzieję, że współpraca z firmą Clear Channel pomoże uświadomić ludziom, iż problem AIDS w dużym stopniu dotyczy także dzieci i młodzieży" - powiedziała Ann M. Veneman, Dyrektor Wykonawczy UNICEF.

- Nośniki reklamy zewnętrznej są niezwykle skuteczne, jeśli chodzi o zwrócenie uwagi ludzi na problemy społeczne. Dostarczają im informacji, które łatwo zapamiętują. Dlatego cieszymy się, że kampania

Od 26 IX ruszyła kolejna edycja pozytywnych poniedziałków. W ramach akcji wybrani warszawiacy będą otrzymywali e-mailem humorystyczne historie rysunkowe. Scenariuszem i kreacją komiksów stworzonych specjalnie dla programu Pozytywne Miasto Clear Channel zajęła się agencja interaktywna Engine.

- Mamy nadzieję, że nowe propozycje komiksów sprawią przyjemność wszystkim adresatom i poprawią nastrój poniedziałkowego, jesiennego poranka - powiedziała Anna Nowakowska-Godun, Dyrektor Marketingu Clear Channel Poland.



UNICEF, uczulająca społeczeństwo na problem tragicznych skutków AIDS wśród dzieci, będzie widoczna na naszych nośnikach - mówi Kalina Janicka Prezes Clear Channel Poland.

Kampania wykorzystująca zwycięski plakat, będzie realizowana na nośnikach Clear Channel w następujących krajach: Angola, Australia, Botswana, Belgia, Brazylia, Chile, Kanada, Chiny, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Hong Kong, Indie, Irlandia, Włochy, Korea, Łotwa, Lesoto, Malawi, Mauritius, Mozambik, Litwa, Meksyk, Namibia, Holandia, Nowa Zelandia, Norwegia, Peru, Polska, Rosja, Słowacja, Singapur, Afryka Płd., Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria, Tajlandia, Turcja, Uganda, Wielka Brytania, Ukraina, Stany Zjednoczone, Zambia, Zimbabwe.

[www.dearchannel.com](http://www.dearchannel.com); [www.clearchannel.com.pl](http://www.clearchannel.com.pl)

Misją programu Pozytywne Miasto Clear Channel jest wniesienie w nowoczesne środowisko miejskie uśmiechu, radości i pozytywnych emocji, poprzez inicjowanie lub wspieranie działań niosących pozytywny ładunek emocjonalny, wpływających na poprawę nastroju mieszkańców i budujących pozytywny klimat. W ramach programu zorganizowano wiele akcji takich jak np.: wystawa "Uśmiechnięty plakat" w BUWi, plebiscyt na Pozytywne Miejsca w Warszawie na łamach stołecznych stron Gazety Wyborczej, Dzień Uśmiechu w Łazienkach Królewskich.