

Congreso Nacional del Medio Ambiente  
Madrid del 26 al 29 de noviembre de 2018

# “EL VALOR DEL AGUA” CAMPAÑA HIDROGEEA

Carmen Piñán (Suez Spain)  
ST-18. Agua y comunicación  
#conama2018



- 01** Por qué una campaña de concienciación
- 02** En qué consiste
- 03** Resultados
- 04** Retos y lecciones aprendidas



# 01 POR QUÉ UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN



## Por qué una campaña de concienciación

Las condiciones climatológicas que se vivieron a finales de 2017 y principios de 2018 hicieron que la Confederación Hidrográfica del Segura decretara el estado de ‘Emergencia Extrema por Sequía’ en la Región de Murcia.

En este caso los Planes de Sequía establecen que los Ayuntamientos afectados deben poner en marcha campañas y acciones de concienciación y sensibilización dirigidas al ciudadano.



Hidrogea, que abastece al 80% de la población, puso en manos de todos sus municipios esta campaña.



# 02 En qué consiste



## En qué consiste





## En qué consiste





## En qué consiste

**¿A quién se dirige?** A todos los ciudadanos de la Región de Murcia a los que hemos llegado adecuando el mensaje a través de diferentes canales.

### **Canales utilizados:**

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Cines
- RRSS
- Mupis
- Charlas en los colegios
- Actividades por los Días Mundiales
- Catas de agua para amas de casa y para influencer de la vida sana y de la moda

### **Además**

Actividades con los restaurantes para que ofrezcan agua del grifo en la botella que es el icono de la campaña.  
¡Y que se regala!



## En qué consiste



Campaña operativa en calles e impactando en diferentes grupos de relación





## En qué consiste

Se presentó a nivel Regional en Murcia con los hosteleros y varios municipios.

Posteriormente se han hecho **presentaciones en cada uno de los municipios** donde Hidrogea o sus empresas participadas gestionan el ciclo integral del agua.

**Acciones asociadas:** ruedas de prensa, reparto de botellas, catas de agua posteriores a la presentación de la campaña, destacando la actuación del percusionista que hace música con las botellas, icono de la campaña.

El Ayuntamiento de Torre Pacheco e Hidrogea ponen en marcha una campaña de concienciación sobre el uso sostenible del agua.

Publicada martes, 26 junio 2018



Diseñamos la campaña durante 4 meses



## En qué consiste





# 03

## RESULTADOS



## Resultados

Repartidas 10.000 botellas con nuestra marca (Hidrogea y sus empresas mixtas) y un mensaje de sostenibilidad.

### Qué ha aportado:

- Reputación de marca
- Abanderar la concienciación y educación sostenible
- Impactos en medios
- Conversación en RRSS

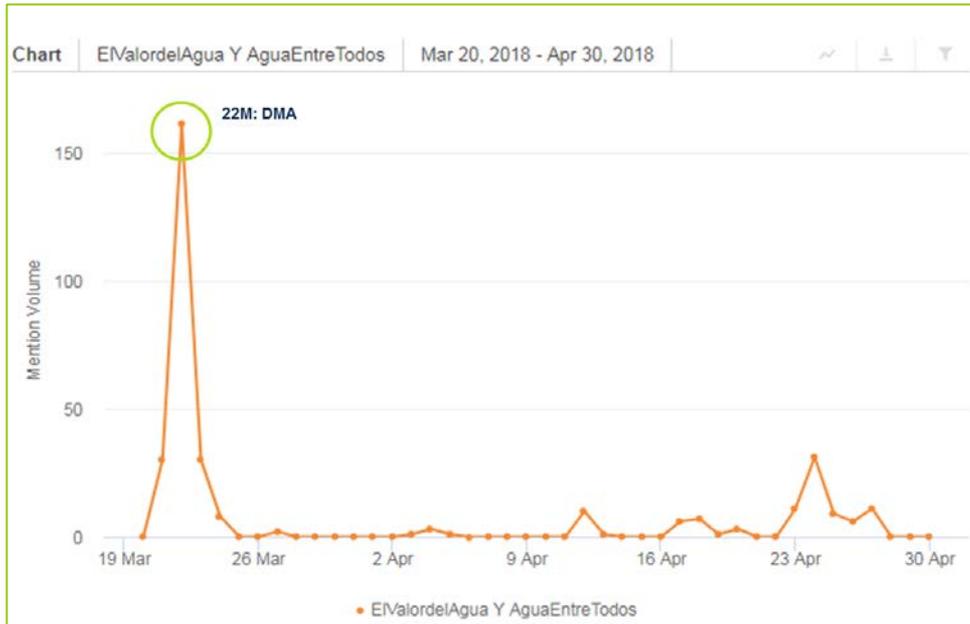




Resultados

Impacto en RRSS:

- Pico de menciones #ElValordelAgua el DMA
- Conversaciones frecuentes en Twitter
- Impacto a través de “micro-influencers”



Marca "Beauty and Go" 45.300 seguidores en Instagram.

Myriam Franco y 4 más indicaron que les gusta  
 Ana Arahuete @Acuatic85 · 4 jun.  
 Para medir el agua he usado las botellas cortesía de @Hidrogea y su campaña #ElValordelAgua. El primer reto ha ido a la cocción de los espaguetis (con un poquito de sal, aceite y una hoja de laurel) #RetoDelosEspaguetis

Sergio Gesteira y 3 más indicaron que les gusta  
 Santiago Campillo @Scruzcampillo · 22 mar.  
 Cuando piensas en el agua, piensa en botellas. ¿Por qué? Esta genial imagen, cortesía de @Hidrogea, vale mal que mil palabras. En este #DiaMundialdelAgua se consciente de #Elvalordelagua. Sencillo y claro, como el agua.



Mostrar este hilo



# 04 RETOS Y LECCIONES APRENDIDAS



## Retos y lecciones aprendidas

- Ser capaces de cuantificar resultados en base a KPIs
- Movilizar de forma relevante al sector hostelería
  
- Importante trabajar a diferentes niveles
- Trabajar con grupos de relación específicos
- **El uso sostenible del agua interesa cuando diseñamos campañas suficientemente "originales"**



### Punto fuerte

Es una campaña atemporal, en constante evolución por su adaptación territorial.



# ¡Gracias!

#conama2018