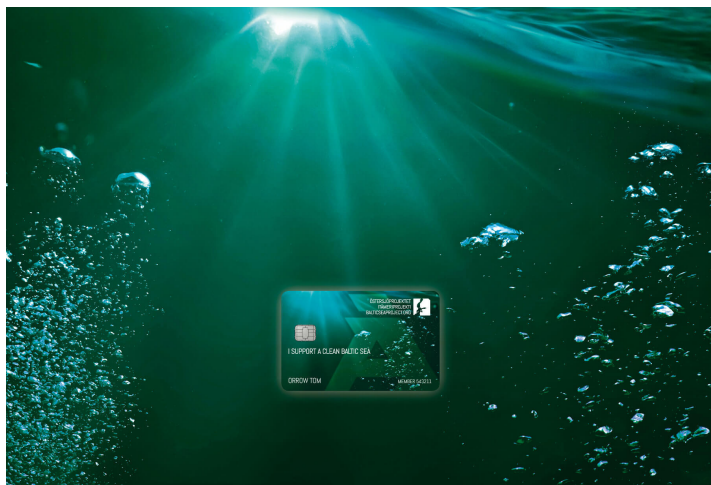


Voitto Itämerelle

14.05.2018



Viime kesänä, tarkalleen 20. kesäkuuta, Ålandsbankenin Suomen liiketoiminta-alueen johtaja Anne-Maria Salenius, viestintäjohtaja Crista Tammela ja mainostoimisto RBK:n toimitusjohtaja Mathias Wikström jännittivät Ranskan Cannes Lions 2017 -palkintogaalassa. Ålandsbankenin Itämerikortti ja Åland Index olivat ehdolla mainosmaailman arvostetuimman palkintogaalan Cyber-kategoriassa Hetkestä tuli historiallinen, sillä ensimmäistä kertaa suomalainen yritys voitti festivaalin korkeimman Grand Prix -palkinnon.

Luovuuden festivaaliksi kutsuttu

Cannes Lions houkutteli tänä vuonna kilpailun 24 sarjaan lähes 42 000 työtä. Ålandsbanken palkittiin kilpailussa yritys vastuustaan ja Grand prix on korkein tunnustus, jonka tuomaristoilta voi saada. Ålandsbanken pääsi vaikuttavien ja nimekkäiden Grand Prix -voittajien joukkoon. Muita gaalassa palkittuja olivat muun muassa Amnesty International, Twitter ja Adidas Originals. Cannes Lions on usein ennustanut tulevat markkinointitrendit. Tänä vuonna keskeisinä teemoina korostuivat globaalit haasteet, kuten naisten asema ja urakehitys, yhdenvertaisuus ja ihmisoikeudet. Monien palkittujen kampanjoiden aiheena oli yhteiskunnallisten epäkohtien korjaaminen konkreettisoin keinoin. Ålandsbankenin Itämeriprojekti edustaa konkreettista puuttumista ympäristömme tilaan ja ilmastonmuutokseen.

Loimme Itämeriprojektin

Rahoittaaksemme hankkeita, jotka parantavat Itämeren tilaa. Tämän lisäksi kehitimme maailman ensimmäisen biohajoavan maksukortin eli Itämerikortin, johon on yhdistetty laskentajärjestelmä Åland Index. Laskentajärjestelmän avulla asiakas voi seurata korttioslostensa ympäristövaikutuksia ja pienentää hiilijalanjälkeään ympäristölähoituksilla tai muuttamalla kulutustottumuksiaan, Salenius selittää.

Ålandsbanken on kehittänyt

Åland Indexin yhdessä oman IT-yhtiönsä Crosskeyn, mainostoimisto RBK:n, KPMG:n, Gemalton ja MasterCardin kanssa. Ålandsbankenin innovaatiota on esitelty YK:n päämajassa New Yorkissa hyvänä

esimerkkinä käytännön toimista ilmastotavoitteiden saavuttamiselle. – Olemme kaikki riippuvaisia ympäristöstämme. Meille se on erityisen selvää, koska toimintamme on kotoisin saarelta keskellä Itämerä, kertoo Salenius.

Tänä päivänä brändien

On oltava aitoja ja yltiöpäinen kuluttaminen on väistymässä. Itämeriprojekti osoittaa, että hyvä markkinointiviestintä ei ole kiiltokuva, vaan todellisuutta ja oikeaa toimintaa. Liiketoimintaa täytyy tehdä kestävästi ja kuluttajien tottumuksia voi myös rohkeasti haastaa.

The Cannes Lions International Festival of Creativity

- Perustettu vuonna 1954 ja järjestetään vuosittain Ranskan Cannesissa.
- Maailman suurin ja merkittävin luovan viestinnän alan palkintogaala, jossa valitaan vuoden parhaat kampanjat.
- Eri sarjojen parhaille jaetaan kultaisia, hopeisia ja pronssisia leijonapatsaita. Lisäksi Grand Prix -palkinto voidaan myöntää parhaille kultaisen leijonan saaneille.
- Kilpailun 24 sarjaan lähetettiin viime kesäkuussa ympäri maailman lähes 42 000 kilpailutyötä.
- Ålandsbanken on ensimmäinen Grand Prix -palkinnon saanut suomalainen yritys. Ålandsbanken palkittiin yhdessä mainostoimisto RBK Communicationin kanssa Cyber-kategoriassa.
- Festivaali ja gaalat keräävät vuosittain yli 10 000 mainonnan ammattilaista, suunnittelijaa ja markkinoijaa 90:stä eri maasta.
- Festivaali järjestetään aina kesäkuun lopussa ja kestää viikon huipentuen palkintogaaloihin.

Artikkeli lehdestä Ålandsbanking 2/2017 (julkaistu 20.12.2017)

