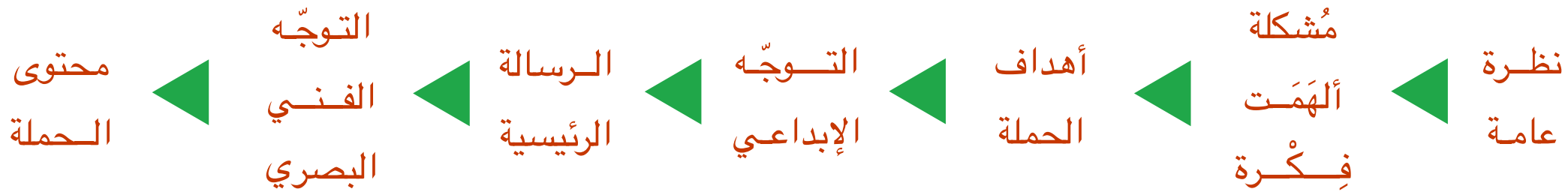
جائزة وعي
WA'AI AWARD

جـــائـــزة

وعـــي

2023 - 2024

محطات العرض.


نظـرة
عامـة
مُشكلة
ألهَمَـت
فِـكْـرة
أهداف
الحملة
التـوجّـه
الإبداعـي
الـرسالة
الرئيسية
التـوجّـه
الفـنـي
البصري
محتوى
الـحملة

نَـظـرة عـامّـة

نسعى أن تكون مشاركتُنا، أحد سُـبُل **تعزيز وعي المجتمع العـربـي** حـول أهمية الغذاء الصـحـي. وخطوةً نحو **رفـع مستوى معرفة أفراده** بكيفية اختيار أفضل أنـــواع الأغذية، وتفـادي الضَّار والغـير صحي منها، **ليصلوا إلى أنظمة غذائية متوازنة تلبي حاجتهم الصحية** ورغباتهم من الأطعمة اللذيذة.

مُشكلة
ألهَمَت
فِكرة

مُشكِلة ألهَمَت فِكرة.

الخـداع الـغذائـي، يـؤثـر عـلى الـصناعـات الغذائية حول العالم بتكلفة سنوية تصل لـ **40** مليار دولار!

https://www.cnbc.com/2023/01/15/food-fraud-secretly-infiltrates-america-heres-how-you-can-avoid-it-.html

مُشكِلة ألهَمَت فِكرة.

حيث يتعرّض..

1 من كل 10

أشخاص حول العالم، لخداع غذائي عبر

مأكولاتٍ في مطبخه!

https://www.cnbc.com/2023/01/15/food-fraud-secretly-infiltrates-america-heres-how-you-can-avoid-it-.html

مُشكِلة أَلهَمَت فِكرة.

أحد صور ذلك الخداع، هي

الأطعمة فائقة المُعالجة

التي تُشكِّل **73%** من الأطعمة في الولايات المتحدة فقط!

https://www.truefood.tech/

مُشكِلة ألهَمَت فِكرة.

الأدهى والأمَرْ.. أنَّه وحول العالم هناك

سبعة دول فقط،

تُحذِّر بشكل صريح وواضح..

من ضرر الأطعمة فائقة المُعالجة!

https://www.downtoearth.org.in/blog/food/ultra-processed-foods-global-analysis-shows-they-aren-t-well-sign-posted-81558

مُشكِلة ألهَمَت فِكرة.

السعودية، ليسَت منها

ومن هنا تبدأ مَهَمَّتُنا التوعوية

https://www.downtoearth.org.in/blog/food/ultra-processed-foods-global-analysis-shows-they-aren-t-well-sign-posted-81558

أهدَاف الحَمْلة

أهداف الحملة.

01

رفع وعي الجمهور حـول ماهية الأطعمة فائقة المعالجة وأضرارها

02

تعليم الجمهور كيفية اختيار البديل الصحي للأطعمة فائقة المعالجة

03

الوصول مع الجمهور إلى **مرحلة الاختيار** المبني على معرفة كاملة بالغذاء الأفضل لهم

التوجّه الإبداعي

في مملكتنا، نولي التعليم أهميته، ونعطي المساواة أولويتها، .. وللحرية عظيمُ شأنها والكثير غيرها .. **من الحقوق الإنسانية الأساسية!**

لكن، ماذا عن **الماء النقي الصالح للشرب**، أو **الطعام القابل للأكل**؟

قد تتساءل!

أليس الطعام والماء متوفران بالفعل؟

هما متوفران بالفعل،

إلا أنهما قد يتواجدان بشكل غير صحي أو ضار أحياناً، دون أن نعلَمَ ما هو الضرر!

ومن حق كل إنسان..

أن يختار غذاءه.. ويعلَم ماهيَّته ومكوناته!

يحقّلك تاكله؟

الرسالة الرئيسية.

يحقّلك تاكل أصَح!

الرسالة الرئيسية.

يحقّلك تاكل أصَح!

حرصنا على استخدام اللغة شبه البيضاء، لسهولة وصولها لمختلف شرائح جمهورنا المستهدف، وتخفيف حدة الرسالة لكوننا لا ندعو إلى حملة حقوقية بل توعوية.

التوجّـــه البصري

Grid of 3 posts.

الرسالة التشويقية.

في رسالتنا التشويقية، حرصنا أن تكون الرسالة صادمة مع ارتباطها بعنصر بصري غذائي معتاد لنعطي الجمهور وقفة للتساؤل

Grid of 3 posts.

الرسالة الرئيسية.

ثم نخبرهم أنه برغم أن لكم الحق بأكل هذه الأغذية، إلا أن هناك أصح منها

خطّة التواصل

خطة التواصل.

سنقوم بالتواصل مع جمهور الحملة وإيصال رسائلنا عبر ثلاث مراحل، نحرص من خلالها على تحقيق الأهداف المرسومة للحملة، هذه المراحل:

المرحلة الأولى: **التوعية**

في هذه المرحلة سنطلق رسالتنا الرئيسية، **وسيركز المحتوى على تعريف الجمهور بماهية الأطعمة فائقة المُعالجة وما هي أضرارها.**

المرحلة الثانية: **التعليم**

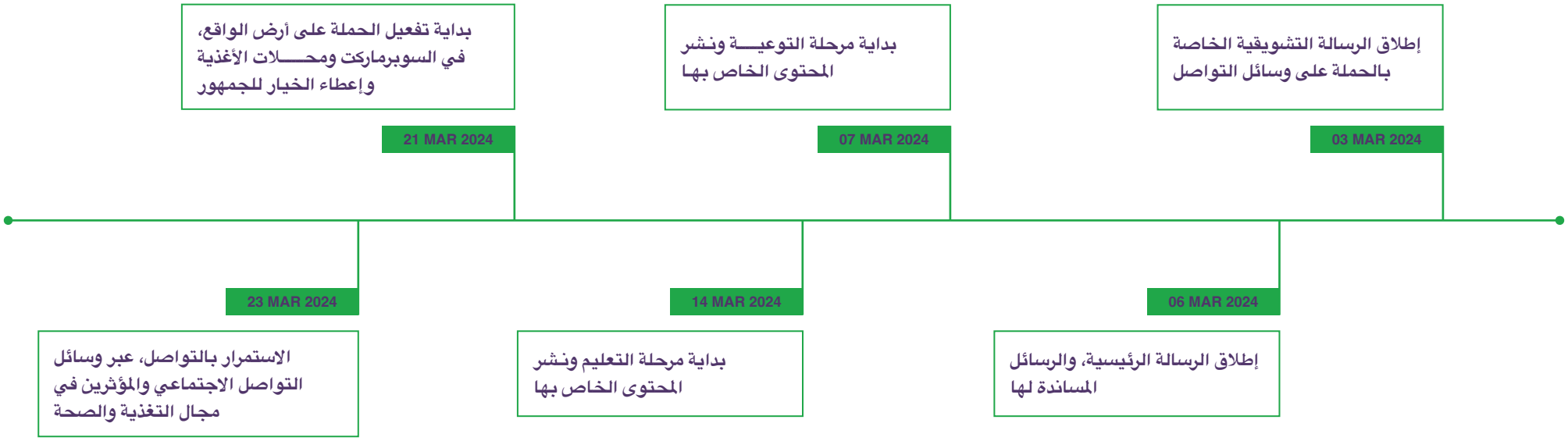
محتوى هذه المرحلة سيركز على تعليم الجمهور **كيفية اختيار البديل الصحي للأطعمة فائقة المعالجة للوصول إلى نظام صحي متوازن.**

المرحلة الثالثة: **الاختيار**

بعد أن قمنا بالتوعية والتعليم لتفادي الأطعمة فائقة المُعالجة، نصل في هذه المرحلة **ليكون لجمهورنا الخيار التام المبني على معرفة كافية.**

خطة التواصل.

التواريخ المبينة أدناه هي افتراضية لإيضاح مراحل الحملة.



محتوى الحملة

محتوى المرحلة الأولى: **التوعية**

في هذه المرحلة سنطلق رسالتنا الرئيسية، وسيكون تركيز المحتوى على تعريف الجمهور بماهية الأطعمة فائقة المُعالجة وما هي أضرارها.

يحقّلك
تاكل أصَح
لأن الأطعمة فائقة المعالجة
مليانة مواد حافظة

يحقّلك تاكل أصَح

لأن الأطعمة فائقة المعالجة
كلها إضافات مصنَّعة غير طبيعة

المنشورات الرئيسية لمرحلة التوعية.

Grid of 3 posts.

إنفوغرافيك مرحلة التوعية.

محتوى المرحلة الثانية: **التعليم**

محتوى هذه المرحلة سيركز على تعليم الجمهور كيفية التفريق بين الأطعمة فائقة المعالجة واختيار البديل الصحي لها؛ للوصول إلى نظام صحي متوازن.

مرحلة التعليم.

في هذا الانفوغرافيك، قمنا بتعريب التصنيف المعتمد من منظمة NOVA للأطعمة فائقة المعالجة.

وذلك لتعليم الجمهور ما هي هذه التصنيفات وكيف يمكن تفاديها. حيث سيتم نشر هذا المحتوى

بطريقة carousel على وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالحملة.

تصنيف NOVA: https://world.openfoodfacts.org/nova

Grid of 3 posts.

مرحلة التعليم.

محتوى المرحلة الثالثة: **الاختيار**

بعد أن قمنا بالتوعية والتعليم لتفادي الأطعمة فائقة المُعالجة، نصل في هذه المرحلة ليكون لجمهورنا الخيار التام المبني على معرفة كافية، وذلك عبر الأفكار التفاعلية على أرض الواقع في السوبرماركت ومحلات الأغذية.

السلَّة الموزونة.

في السوبرماركت ومحلات الأطعمة بكافة أنواعها، توجد هذه السلال التي نستخدمها لجمع ما نحتاج من المأكولات وغيرها.

سنقوم بتصميم ملصق خاص بحملتنا يكون في قلب هذه السلة، يعطيهم الخيار الموزون لتذكيرهم باختيار نسبة أعلى من المأكولات الصحية وترك النسبة الأقل لغيرها من المأكولات التي يحبونها وذلك للوصول لنظام صحي متوازن.

فاتورة موزونة

عندما يقوم المتسوقون بإنهاء عملية الشراء، ستكون فاتورتهم تحمل نفس الرسالة في السلة، وذلك لتشجيعهم على الاستمرار في موازنة مشترياتهم بطريقة 20-80.

#يحقلك_تاكل_أصح

شكراً

لكم