

ESETTANULMÁNY

„A fizikai aktivitás és a sport magyarországi dimenzióinak feltárása”

TÁMOP-6.1.2/11/2-2012-0002 kódszámú projekt

„A lakosság egészségfejlesztését szolgáló fizikai aktivitás szakmai támogatása és a szabadidő-sportolói közösségek bővítése”
célú pályázati konstrukció keretében végzett
módszertani kutatás eredményeiről

Sportmenedzsment szervezési és jó gyakorlatok feltérképezése 6. téma keretében

Szerző

Kassay Lili

Cím

Coca-Cola Testébredtő

Konzorciumvezető

Magyar Sportmenedzsment Társaság (MST)

Konzorciumi partner

Magyar Sporttudományi Társaság (MSTT)

2014. május



település	község <5000 fő	kisváros 5000-20e fő	középváros 20e-100e fő	nagyváros 100e-1000e fő	főváros/ országos
célcsoport	lakosság	fiatalok-idősek	hátrányos h.	fogy. élők	nők
lebonyolító	önkormányzat	civil szervezet	oktatási int.	sportegyesület	vállalat
tevékenység	szabadidősport	egészségmegőrző	sportjátékok	képzés	egyéb
időtartam	1 nap	2-3 nap	heti	havi	folyamatos
rendszeresség	évente	félévente	szezonális	havi	eseti

ADATLAP:

Projekt hivatalos neve: **Coca-Cola Testébresztő Program**

Projektgazda: Coca-Cola HBC Magyarország Kft.

Projekt témája: Szabadidősport, vállalati program

Projekt időtartama, rendszeressége: 2005 óta folyamatosan

Projekt célcsoportja: 12+ idősebb lakosság

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A Coca-Cola HBC Magyarország Kft. az athéni központú, 28 országot átfogó Coca-Cola Hellenic csoport tagja. A dunaharaszti székhelyű, Magyarországon két palackozó üzemet és hét regionális elosztó központot működtető vállalat 1200 dolgozót foglalkoztat, teljes tevékenysége során pedig közel 13.000 embernek biztosít munkát. A társaság az egyik legjelentősebb magyar élelmiszer-feldolgozó cég, termékeit 22 országba exportálja, és 2012-ben mintegy 17 milliárd forint adót fizetett Magyarországon. Az üdítőitalok előállításához használt alapanyagok közel kétharmadát belföldi szállítók biztosítják. A vállalat eddig 110 milliárd forintot meghaladó összeget fordított magyarországi gyártókapacitásának kialakítására és fejlesztésére. A cég az alkoholmentes italok széles választékát kínálja a természetes ásványvizek (csendes, enyhe, szénsavas és ízesített), buborékos üdítőitalok, gyümölcslevek, nektárok és gyümölcsitalok, jeges teák, sportitalok, valamint energia italok egyaránt részét képezik a választéknak. A vállalat üzemelteti a Vendit forróitalok (kávé, cappuccino) kiszolgálására alkalmas ital-automatákat is. A cég felelős magatartást tanúsít a gyártás, reklámozás, forgalmazás, a termékpolitika kialakítása és a kommunikáció területén – az egész világra kiterjedően érvényes alapelvek iránymutatásai mentén. A vállalat társadalmi

felelősségvállalási stratégiájának egyik meghatározó pillére az aktív életmódhoz kapcsolódó ismeretek, tapasztalatok megszerzésének segítése. A tudatosabb egészség szemlélet, ehhez kapcsolódóan a mozgásban gazdag életmód az alapja az egészségmegőrzésnek, a megelőzésnek. A hazai kezdeményezésű *Coca-Cola Testébresztő Program* 2005-től irányítja rá a figyelmet a rendszeres testmozgásnak az életminőségre gyakorolt hatására. Kiemelt tényezőként kezeli a kiegyensúlyozott táplálkozást, a kalória felvétel és kalória leadás egyensúlyára való törekvést, és nem utolsó sorban a tudatos választás felelősségét. A program célcsoportja a teljes magyarországi lakosság, nemtől, kortól, lakóhelytől függetlenül. A vállalatcsoport felelős marketing és kereskedelmi tevékenységet folytat, amely során önként vállalta azt az önkorlátozást, miszerint 12 éves kor alatti gyerekeknek célzottan nem hirdet. A vállalat minden esetben tiszteletben tartja a szülői döntés elsődlegességét és az oktatás függetlenségét. Ezért olyan rendezvényt, amely ezt a korosztályt célozza meg, legyen az saját vagy más által kialakított program, a szervezet és így a Testébresztő Program sem támogat. A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő Program a vállalatnál dolgozó munkatársakat célozza meg a különféle sportaktivitásokkal. A Coca-Cola Testébresztő Program a legnagyobb tömegeket megszólítani és megmozgatni képes szabadidősport rendezvényekkel működik együtt. Az események támogatópartneri rendszere a több éves együttműködés során alakult ki. Vannak lemorzsolódó szervezetek, és természetesen vannak meghatározó partnerek – úgy, mint a Budapest Sport Iroda (BSI) több rendezvény szervezőjeként, a Magyar Szabadidősport Szövetség vagy például a Somogy Megyei Kerékpáros Szövetség – melyek együttműködése fontos szerepet játszik a sportok kipróbálásában. A Coca-Cola Testébresztő Programért felelős vállalati munkatársi csapat minden év elején egyeztetési és összeállítja a meghatározó rendezvények listáját – az időpontokat, a közös szabadidősportos célokat, természetesen figyelembe véve a rendelkezésre álló éves költségkeretet is. A rendezvényeket az események szervezői alakítják ki és menedzselik. Egy-egy családi hétvége állandó programjai az ingyenes szűrővizsgálatok, a sportos életmóddal, megelőzéssel kapcsolatos beszélgetések, tanácsadások. A Coca-Cola Testébresztő Program már létező szabadidősport rendezvények mellé áll névadó szponzorként – szponzori díjat fizetve, valamint termékeket biztosítva. Ezeket a programokat a jogtulajdonosok szervezik, a Testébresztő Program a célok és értékek, valamint a minőségi program iránti elkötelezettség azonossága alapján áll melléjük. A szponzori díjon és a termékek biztosításán túl a cég saját önálló büdzsét határol el a helyszíni jelenlét minél észrevehetőbb, inspirálóbb, élményt adó biztosítására, 2014-től pedig a saját Hostess Csapat kiképzésére és helyszíni munkájának támogatására. A Coca-Cola

Testébresztő Programsorozatot a szervezet két magyarországi cége közösen finanszírozza, belső feladatmegosztás alapján. Folyamatosan nő a Testébresztő Program eseményein résztvevők száma. Ugyanakkor egyre fontosabbá válik azoknak is a megszólítása, akik még nem építették be a rendszeres testmozgást a mindennapjaikba.. A Coca-Cola Testébresztő Program ezért a kezdeti, elsősorban a nagykövetekre építő kommunikációját átalakította és kibővítette. Arra a következtetésre jutottak, hogy a még mozgásszegényen élők megmozdítása érdekében a Coca-Cola Testébresztő Program kommunikációját kell hangosabbá, erősebbé formálni. A kommunikációs stratégiának megfelelően tévécsatornák életmódmagazinjaival dolgoztak ki közös műsorokat. A hagyományos média mellett egyre erősebb közösségi médiabeli jelenléttel igyekeztek az egészen eltérő médiahasználatú fiatalokat is elérni. A 2011-ben indított Facebook oldalnak jelenleg 22 ezer követője van.. 2013-ban elindították a www.testebreszto.hu oldalt ahol nem csak aktivizálni szeretnék az olvasókat, hanem konkrét programjavaslatokkal, hírekkel, tippekkel és tanácsokkal is segítenek elérni a kiegyensúlyozott életmódot. A portálon számos eseményt ajánlanak a szabadidősportokat kedvelők figyelmébe, a keresőfunkció segítségével a lakóhelyhez legközelebb lévő program megtalálása csak pár kattintás. A regisztrált felhasználóknak lehetősége van eseményeik, edzéseik feltöltésére, népszerűsítésére. Ahhoz hogy mindenki a legközelebb tegye meg a lépéseit az egészségtudatos mindennapok felé, a Coca-Cola Testébresztő szakértők szolgálnak hiteles és hasznos információval az optimális kalória beviteltől kezdve az izomcsoportok terhelhetőségéig. A szabadidősport rendezvényeken való részvételért és a weboldalon történő aktivitásokért pontokat adnak, amelyek értékes Coca-Cola Testébresztő ajándékokra válthatóak.. Az oldal egy egyedi hűségprogramot kínál a regisztrált felhasználói számára. A Coca-Cola Testébresztő Program egyedülként ugyanis a sportolást jutalmazza a pontrendszerével: a mozgás során gyűjtött pontok sportos ajándékokra válthatók be. A 2013-as esztendőben 5 millió darab 2 literes Coca-Cola palack belső falán is elhelyezett a Coca-Cola Testébresztő Program az otthon üdítőitalt fogyasztó családoknak szabadidős mozgásra buzdító üzenetet. A 2014-es évben a palackozó megismétli ezt az aktivitását, sőt kiegészíti a félliteres palackok kupakján való megjelenéssel. A Coca-Cola Testébresztő Program programsorozat eredményességét egy-egy rendezvény résztvevőinek száma, illetve a résztvevői szám évről-évre való alakulása alapján mérik. A Coca-Cola Testébresztő Program az évek során olyan ütemben fejlődött, hogy 2014-től a cégcsoport már valamennyi leányvállalata számára célként megfogalmazza, hogy a program-sorozattal összességében hány embert kell elérni. Coca-Cola Testébresztő programban 2013 év végéig 50 sportág

szerepelt az 520 eseményen, melyeken összesen 3,2 millió résztvevő jelent meg. 3.500.000 kilométert futottak, 2.450.000 km-t kerékpároztak és 286.000 órát aerobikoztak összesen. A Coca-Cola Testébresztő Program komoly hatással lehet más szervezetek szabadidős sportprogramjainak kialakítására – amennyiben néhány kiemelten fontos alapszabályt figyelembe vesznek. Alapvető annak végiggondolása, hogy egy ilyen szabadidős sportprogram miként illeszkedik be a vállalat társadalmi felelősségvállalási (CSR) stratégiájába. Ha nincs ilyen stratégiai program, akkor azt feltétlenül ki kell dolgozni még azt megelőzően, hogy a cég a szabadidős program kapcsán bárminemű elköteleződést vállalna. Ha már vannak egyéb programjai, akkor azokat is összhangba kell hozni mind a felelősségvállalási elképzelésekkel, mind pedig a szabadidős sportprogramjaival. Fontos, hogy következetesen valósítsa meg a szabadidős aktivitásait (is).

TARTALOMJEGYZÉK

A PROJEKTGAZDA BEMUTATÁSA	7
A SZERVEZET STRATÉGIÁJA, PROJEKTTERVEZÉS	8
PROJEKT LEBONYOLÍTÁSA, TARTALMA	11
A PROJEKT KOMMUNIKÁCIÓS SAJÁTOSSÁGAI	16
EREDMÉNYEK	19
A PROJEKT HATÁSAI, DISSZEMINÁCIÓ	24
FÜGGELÉK.....	25

A PROJEKTGAZDA BEMUTATÁSA

1886 májusában Dr. Pemberton gyógyszerész a Georgia állambeli Savannah kikötőjében található laborjában előállította a Coca-Cola hozzáadott tartósítószeres és mesterséges aromák nélküli keverékét. Asa Candler atlantai vállalkozó megvásárolta az eredeti recepthez kapcsolódó jogokat, és az eredeti koncentrátum értékesítésére, valamint forgalmazására koncentrálna 1889. december 9-én megalapította a Coca-Cola Bottling Company-t. Az eltelt több mint száz év során több, mint 200 ország több, mint 600.000 munkavállalójával a világ vezető üdítőital gyártójává és forgalmazójává vált. A márka már a II. világháború után jelen volt Magyarországon. Az első itthon gyártott amerikai termék – 1968-tól a Magyar Likőripari Vállalat palackozásával, majd az első vegyesvállalati társtulajdonosi formában. A jelenlegi gyártó és forgalmazó Magyarországon a Coca-Cola HBC Magyarország Kft., a 28 országot átfogó Coca-Cola Hellenic csoport tagja. Dunaharaszton és Zalaszentgróton építette fel palackozóit, 22 ország piacait ellátva az ezeken a gyártósorokon palackozott italokból. A cég természetes és ízesített ásványvizeket, buborékos üdítőitalokat, gyümölcsleveket, nektárokat és gyümölcsitalokat, valamint energiasitalokat palackoz. Ezen túlmenően a Vendig hideg- és forróital, valamint snack automatákat üzemelteti.

A Coca-Cola vállalat felelős magatartást tanúsít a gyártás, reklámozás, forgalmazás, a termékpolitika kialakítása és a kommunikáció területén – az egész világra kiterjedően érvényes alapelvek iránymutatásai mentén.

A Coca-Cola társadalmi felelősségvállalása vallja, hogy *„pozitív hatást kell kifejtenünk azokban a közösségekben, ahol működünk, kötelességünk megvédeni azt a természeti környezetet, amelyben mindannyian élünk.”*

A SZERVEZET STRATÉGIÁJA, PROJEKTTERVEZÉS

A Coca-Cola társadalmi felelősségvállalási stratégiájának egyik meghatározó pillére az aktív életmódhoz kapcsolódó ismeretek, tapasztalatok megszerzésének segítése. A tudatosabb egészségszemlélet, ehhez kapcsolódóan a mozgásban gazdag életmód az alapja az egészségmegőrzésnek, a megelőzésnek. A hazai kezdeményezésű Coca-Cola Testébresztő Program 2005-től irányítja a figyelmet a rendszeres testmozgásnak az életminőségre gyakorolt hatására. Kiemelt tényezőként kezeli a kiegyensúlyozott táplálkozást, a kalória felvétel és kalória leadás egyensúlyára való törekvést, és nem utolsósorban a tudatos választás felelősségét. Az elhízás komoly, ösztársadalmi probléma napjainkban Magyarországon is, aminek következménye a rossz közérzet, növekszik a szív- és érrendszeri betegségek kialakulásának valószínűsége, a mozgásszervi megbetegedések száma. Ez a helyzet hosszú évtizedek során alakult ki és okai több tényezőre vezethetők vissza. A vállalat szerint az elsődleges ok azonban az, hogy az elmúlt mintegy ötven évben az egy főre vetített kalóriabevitel ugyan alig emelkedett, de megváltoztak a munkakörülmények és ezáltal mozgásszegényebb (13%-kal kevesebb mozgás) lett az életmódunk. A társadalom túlnyomó része elkényelmesedett életmódot él, a sok TV nézés és az internet, a számítógépek használata, a munkahelyeken a munka, a bevásárlások és a közlekedés is egyre kevesebb testmozgással jár. Emiatt több civil szervezettel és a kormányzat illetékeseivel együtt a Coca-Cola Testébresztő abban látja a megoldás kulcsát, hogy a testmozgás ismét minél több ember életének rendszeres részévé váljon. A vállalat a témában a megosztott felelősség elvét vallja: egy hosszú idő alatt kialakult kedvezőtlen, a társadalom jelentős részét érintő, sok okra visszavezethető helyzetet csak összefogással, közösen lehet megoldani, hosszú távú, stratégiaileg tervezett és következetesen végrehajtott programokkal. A megoldásban a kormányzatnak, az önkormányzatoknak, a civil szervezeteknek, az iparnak és az egyéneknek, az egyes állampolgároknak is megvan a maga felelősségük, szerepük. A vállalat saját felelősségét felismerve indította el a Coca-Cola Testébresztő programot. Az aktív életmód jelentőségét szabadidősport rendezvények támogatásával népszerűsíti, ahol a testmozgás fontosságát hangsúlyozzák, lehetővé téve a széles körű, aktív részvételt. Tapasztalatszerzést szeretnének elérhetővé tenni kicsiknek és nagyoknak, egyaránt. 2005. májusában volt a Coca-Cola Testébresztő Program hivatalos magyarországi indulása. Teljes mértékben hazai a kezdeményezés, a programsorozat elnevezése is a magyarországi Coca-Cola munkatársainak

ötleteléséből született. A vállalatcsoport a Coca-Cola Testébresztő Programot megelőzően is támogatott hazai szabadidős programokat, de 2005 tavaszától kezdődően valamennyit integrálták a Coca-Cola Testébresztő Program rendszerébe.

A Coca-Cola Testébresztő Program olyan sikeres, hogy 2014-től kezdődően a 28 ország leányvállalatait tömörítő cégcsoport úgynevezett legjobb gyakorlatként (best practice) átvette, és saját szabadidősport programjainak szervezésében iránymutatásként használja. A Coca-Cola társadalmi felelősségvállalási stratégiája 5 elemre épül: a *felelős munkahely*, a *felelős vállalatirányítás*, a *felelős piaci magatartás*, a *közösségért való felelősség*, továbbá a *környezetért való felelősség* témakörökre. A felelős piaci magatartás keretén belül a vállalat kiemelt figyelmet fordít az aktív életmód kialakításában vállalt szerepére, továbbá a felelős marketing gyakorlat képviselésére.

PROJEKT CÉLJA, CÉLCSOPORTJA

A Coca-Cola Testébresztő Program célcsoportja a teljes magyarországi lakosság, nemtől, kortól, lakóhelytől függetlenül. A cég hazai leányvállalatának nem titkolt álma, hogy a Coca-Cola Testébresztőn keresztül hozzájáruljon ahhoz, hogy az emberek pihenőidejük egy részét aktívan, mozgással töltsék, ezzel is hozzájárulva saját és családjuk egészségéhez.

A vállalatcsoport felelős marketing-és kereskedelmi tevékenységet folytat, amely során önként vállalta azt az önkorlátozást, miszerint 12 éves kor alatti gyerekeknek nem hirdet. A vállalat tiszteletben tartja a szülői döntés elsődlegességét és az oktatás függetlenségét. Ezért olyan rendezvényt, amely ezt a korosztályt célozza meg, legyen az saját vagy más által kialakított program, a Coca-Cola és a Testébresztő programja sem támogat. Az előfordul, hogy támogatott családoknak szóló programokon jelen vannak az említett korú gyerekek is, de ezekben az esetekben a részvételről kialakítandó döntést a cégcsoport a szülőkre bízta.

A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő Program a munkatársakat célozza meg a különféle sportaktivitásokkal.

PROJEKT LEBONYOLÍTÁSA, TARTALMA

A Coca-Cola Testébresztő Program célja, a vállalati felelősségvállalás stratégia részeként az aktív egészséges életmód, a rendszeres testedzés és a kalória-egyensúly népszerűsítése a helyi lakosok körében. Ennek a célnak az elérése érdekében a Coca-Cola Testébresztő Program a legnagyobb tömegeket megszólítani és megmozgatni képes szabadidősport rendezvényekkel működik együtt, az évek során alakult ki ez a partneri rendszer. Vannak időlegesen együttműködő, lemorzsolódó szervezetek, és természetesen vannak meghatározó partnerek – úgy, mint a Budapest Sportiroda (BSI) több rendezvény szervezőjeként, a Magyar Szabadidősport Szövetség vagy például a Somogy Megyei Kerékpáros Szövetség – akik együttműködése fontos szerepet játszik a sportok kipróbálásában. A Coca-Cola Testébresztő Programért felelős vállalati munkatársi csapat minden év elején egyeztetési és összeállítja a meghatározó rendezvények listáját – az időpontokat, a közös szabadidősport célokat, és nem utolsósorban a rendelkezésre álló éves költségkeretet is figyelembe véve. Természetesen folyamatosan keresik a programsorozathoz való kapcsolódás lehetőségét a kisebb rendezvények is. A velük való együttműködésről és az eseménynaptárba való beemelésről a célok megvalósíthatósága alapján döntenek a Coca-Cola Testébresztő Program munkatársai. Alapvető kapcsolódási pontként határozták meg, hogy az esemény valódi, tényleges mozgásról, a résztvevők megmozgatásáról (is) szóljon. Együttműködés esetén a kisebb rendezvényeket termékkel támogatják. Ha közhasznú szervezetek, akkor adományként, egyéb esetekben, barter formájában. A rendezvényeket az események szervezői alakítják ki és menedzselik (például a Fitness Nap esetében a BSI). Egy-egy családi hétvége állandó programpontjai az ingyenes szűrővizsgálatok, a sportos életmóddal, megelőzéssel kapcsolatos beszélgetések, tanácsadások. A Coca-Cola Testébresztő Program kiemelkedő pillanatai közé tartoznak a program nagyköveteivel, Katus Attilával vagy Varró Gyulával közös fitneszedzés. A vállalat a Coca-Cola Testébresztő Programon keresztül ezen rendezvények mellé szponzorként áll, szponzori díjat fizetve, terméktámogatást nyújtva. Olyan népszerű eseményeket támogatott már a Coca-Cola Testébresztő Program, mint az *Egészségliget*, a *Szigeti Sportvarázs*, a *Balaton-átúszás*, a *Tavaszi és az Őszi Országos Fitness Stúdió Turné*, a *Tour de Pelso*, a *Női Mozgásfesztivál*, a *Mozdulj Magyarország!*, a *Coca-Cola Testébresztő Női Futógála*, a *Balaton Maraton* és *Félmaraton*.

Egészségliget: nemcsak hirdeti az egészséges életmód fontosságát, hanem konkrét segítséget is nyújt az érdeklődők részére. Szűrővizsgálatokat szervez, hogy minél több embernek legyen lehetősége az egészség szintjének megismerésére. Az eseményen a gyerekek, szülők szórakozási lehetőséget, információt és játékokat találnak. A szervezők az eseményt 2005 – 2010 között évente rendezték meg.

Szigeti Sportvarázs: a fővárosi önkormányzat által szervezett szabadidős sportrendezvény, melynek célja, hogy felkeltse az igényt a rendszeres testmozgás iránt, meg hozza a sportoláshoz a kedvet, rámutasson az egészséges életmód fontosságára. Az iskolaév befejezést követő első hétvégén tartandó háromnapos eseményen a résztvevők ingyen sportolhatnak, amatőr bajnokságokban indulhatnak, számtalan sportágat és sporteszközt próbálhatnak ki a budapesti sportszövetségek szakembereinek segítségével a Margitszigeten. A sportolási lehetőségek mellett kulturális programok teszik színessé a rendezvényt a családok számára.

Tour de Pelso:

Magyarország legnagyobb létszámú országúti kerékpáros versenye, különböző távokon (204, 75 és 25 km) és négy különböző futamban. A Pelso Kupát az igazolt versenyzőknek szervezik. Az amatőrök részére a Shimano Balaton Maratont szervezik, mely versenyre nevezők száma meghaladja az ezer főt.

Női Mozgásfesztivál: a hölgyek, kortól függetlenül, kipróbálhassanak olyan sportokat, amelyekre máshol nincs lehetőségük (például sárkányhajózás, rúdtánc, gumiasztal, ugrólabda, kangoo jump, mászófal), és az esemény ideje alatt sportolhassanak. A szervező a Magyar Szabadidősport Szövetség, célja annak megtapasztaltatása, hogy az életformaváltás is befolyásolja az egészségessé válást. Az aerobik színpadon fitness órák, a táncterazon pedig különféle stílusok órái követik egymást a nap folyamán. A gyerekek ügyességi és sorversenyben vehetnek részt. A sportolási lehetőséggel párhuzamosan életmódtanácsok és fittségi vizsgálatok adnak visszajelzést a résztvevőknek.

Mozdulj Velencei-tó!: a szervezők június közepétől augusztus közepéig minden szombaton a gárdonyi, velencei, sukorói és pázmándi strandon és sportpályákon várják a mozogni vágyókat. A második hónap végi záróeseményen a négy település csapatai mérik össze ügyességüket.

Coca-Cola Női Futógála: Különböző futótávokon (2,1 km, 5 km, 10km), illetve gyaloglásban (2,1km) indulnak lányok, nők, anyukák, nagymamák. Az úgynevezett kistávon elsősorban diákok, iskolások indulnak a bemelegítő show-t követően. A Napozóréten felállított nagyszínpadon 30 perces fitnesz programokra lehet mozogni. A 10 km-es táv párosan is teljesíthető, a Családi futáson a férfi családtagok is indulhatnak. A hölgyek 3 fős csapatokban is nevezhetnek. Férfi csapatok is nevezhetnek, de legfeljebb csak 2 férfivel. Az elmúlt években a Coca-Cola Női Futógálán népszerű szlogenekkel motiválták a résztvevőket.

A program:

Lépéselőnyben: A 18. Coca-Cola Testébresztő Női Futógálára készült a „Lépéselőnyben” facebook-alkalmazás, amelynek lényeg a világraszóló női eredmények bemutatása. Erőt meríthetnek belőle a sportolni vágyók, és néhány kérdés megválaszolásával nem csak egy kis vidámságot, de akár ajándéktárgyat is nyerhetett a válaszadó. A szlogen megjelent a polók hátán és egyedi lábnyomat formájában is haza lehetett vinni.

Elhittem, eljöttem, megcsináltam: A 17. Coca-Cola Női Futógála szlogenje nemcsak a polók hátulján, hanem a különböző távokon elhelyezett motivációs táblákon is megjelent.

A szponzori szerepvállalását saját Coca-Cola Testébresztő Program aktivitással is kiegészíti a helyszínen a szokásos vizuális elemek használatán túl. 2014-től kezdődően felállt és működésbe lendült a Coca-Cola Testébresztő Program Hostess Csapat, melynek tagjai valamennyi Coca-Cola Testébresztő Program rendezvényen komoly szerepet vállalnak a résztvevők tájékoztatásában, irányításában, segítségében. Mivel a csapat tagjai a közvetlen fogyasztói kapcsolatok ápolásán keresztül maguk is a Coca-Cola Testébresztő Program arcai, ezért valamennyien külön képzésben vettek és vesznek részt.

A Coca-Cola Testébresztő Program programjai természetesen a Coca-Cola munkatársai számára is elérhetők. Nemcsak a részvétel szabad választásán keresztül, hanem a hosszú távú partnerek egyéb eseményein való ingyenes vagy kedvezményes részvételi lehetőség biztosítása okán is. A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő Program a munkatársakat célozza meg a különféle sportaktivitásokkal. Szabadidejükbe ingyenesen sportolhatnak a támogatott sporteseményeken és a program munkahelyi állomásain. Továbbá részt vehetnek életmód-előadásokon, valamint egészségügyi szűrővizsgálatokon. Évente rendeznek a Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő Program keretében kupákat (foci, fallabda, tenisz, horgászat), illetve neveznek az Üzleti Liga kézilabda és kosárlabda bajnokságaira. 2010-ben csatlakoztak a *Bringázz a Munkába!* országos mozgalomhoz.

Ezen túlmenően a Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő keretén belül a cég évről évre új sportok kipróbálását teszi lehetővé a munkatársai számára, továbbá biztosítja a rendszeres sportolás lehetőségét. A cég székhelyén külön Coca-Cola Testébresztő edzőterem került kialakításra, amelyben naponta különböző órákon lehet részt venni. Kollégák önkéntesként szervezik saját munkatársaik számára ezeket a rendszeres programokat, és például a havi rendszerességű Túra Klub túráit, vagy Pécsset, Győrött és Dunaharasztaban a rendszeres sportszabadidős programokat is.

„Külsős” önkéntes-programokban is szerepet lehet vállalni, aminek keretén belül például a Női Futógálán általában a cég kollégái vállalják az iramfutók szerepét.

A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő – együttműködések kialakítására alapozva – szűréseket szervez a munkatársak számára is. Így például a Coca-Cola bekapcsolódik az Egészség hídja partnerláncba, amennyiben van kapcsolódási pont az együttműködésre. Az egészségügyi szűréseket előadássorozat egészíti ki a jobb érthetőség végett.

PROJEKT PÉNZÜGYI HÁTTERE, FINANSZÍROZÁSA

A Coca-Cola Testébresztő Program már létező szabadidősport rendezvények mellé áll névadó szponzorként – szponzori díjat fizetve, valamint termékeket biztosítva. Ezeket a programokat a jogtulajdonosok szervezik, a Coca-Cola Testébresztő Program a célok és értékek, valamint a minőségi program iránti elkötelezettség azonossága alapján áll melléjük. A Coca-Cola Testébresztő Program kisebb szabadidősport rendezvények programjait barter megállapodás keretében termékekkel támogatja. A helyszíni programok aktiválására a Coca-Cola Testébresztő Program külön összeget különít el. A szponzori díjon és a termékek biztosításán túl a Coca-Cola saját önálló büdzsét határol el a helyszíni jelenlét minél észrevehetőbb, inspirálóbb, élményt adó biztosítására, 2014-től pedig a saját Coca-Cola Testébresztő Hostess Csoport kiképzésére és helyszíni munkájának támogatására. A Coca-Cola Testébresztő Programsorozatot a Coca-Cola két magyarországi cége közösen finanszírozza, belső feladatmegosztás alapján. A Coca-Cola Testébresztő Program két vezető nagykövete közül Varró Gyulával a Coca-Cola palackozó cége, míg Katus Attilával a Coca-Cola magyarországi központja kötött szerződést, ugyanakkor a programot közösen hangolják össze. A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő Program a vállalat munkatársai számára biztosítja a különböző sportágak kipróbálását, illetve az állandó, rendszeres mozgást, továbbá az orvosi szűréseket. A lehetőségek biztosításában kiemelt szerepet kapnak a munkatársi önkéntesek, akik egy-egy sportágban maguk edzik a Coca-Cola Munkahelyi Testébresztésben résztvevőket.

A PROJEKT KOMMUNIKÁCIÓS SAJÁTOSSÁGAI

A Coca-Cola Testébresztő Program 2005-ös indulásakor a kezdeményezés mellé olyan ismert személyiségek álltak, mint a VIVA két műsorvezetője, Patrícia és Kisó, a koreográfus Seres Attila és az aerobic világából jól ismert Katus Attila és Varró Gyula.

2010 körül a Coca-Cola Testébresztő Program nagykövetei, az események szervezői és az érintett szövetségek, valamint kommunikációs és társadalmi felelősségvállalás-tanácsadók közösen áttekintették az addig eltelt öt év tapasztalatait, és megvitatták a következő években követendő irányvonalat. Összefoglalóan megállapították, hogy folyamatosan nő a Coca-Cola Testébresztő Program programjain résztvevők száma, ugyanakkor egyre fontosabbá válik azoknak is a megszólítása, akik még továbbra is a kényelmes fotelekben töltik a szabadidejüket. Arra a következtetésre jutottak, hogy az ő megmozdításuk érdekében a Coca-Cola Testébresztő Program kommunikációját kell hangosabbá, erősebbé formálni.

A kommunikációs stratégiának megfelelően két éven keresztül hétvégenként az M1 'Mozdulj!' műsora, a TV2 'Több, mint Testőr' életmódmagazinja, továbbá több esetben az RTL Klub Fókusz című adása közvetítette a Coca-Cola Testébresztő Program mozgásra toborzó üzeneteit, programjait. A hagyományos média mellett egyre erősebb közösségi médiabeli jelenléttel igyekeztek az egészen eltérő médiahasználatú fiatalokat is elérni. A 2011-ben indított Facebook oldalnak jelenleg 22 ezer követője van. Ez a szám különösen annak a ténynek a tükrében komoly eredmény, hogy a tetszésnyilvánítók számát csak és kizárólag az oldal tartalmán keresztül érték el, mivel a cég nem hirdette a Facebook aktivitását (1. kép).



1. kép. A program közösségi oldalon (forrás: www.facebook.com)

Napjainkra kialakult, és állandósult a Coca-Cola Testébresztő Program nagyköveti csapata. Varró Gyula és Katus Attila az a két sportember, akik aktív munkájukkal és részvételükkel segítik az egyes rendezvényeken megmozgatni a résztvevőket, népszerűsíteni az életmód-üzenetet, továbbá az egyes eseményeket. A Coca-Cola Testébresztő Program a TV2 kereskedelmi tévécsatornával közösen 2013 júliusában egy egyhetes életmódtáborot szervezett (és mutatott be a nézőközönségnek).

A Coca-Cola Testébresztő program életmódtáborában a *Több, mint TestŐr* műsorsorozattal összefogva egy 8 héten át tartó televíziós műsor keretében, hat nő és két férfi kapott lehetőséget, hogy hátat fordítson eddigi életvitelének. A program és a műsor legfontosabb célja az volt, hogy a nézők számára felhívja a figyelmet a bevitt és elégetett kalóriák közti egyensúly megtartásának jelentőségére. A Testébresztő TestŐr Táborban a résztvevők minden útmutatást megkaptak ahhoz, hogy új emberként, új, egészségesebb életmóddal és szemlélettel távozzanak. Célja az volt, hogy a résztvevők szemlélete, az önképe változzon, és olyan, hosszútávon is alkalmazható tudásra tegyenek szert, mely segíti őket a hétköznapokban.

A táborban személyi edző útmutatásával megtalálták személyre szabott mozgásformájukat, az étkezésben dietetikus segített, de a táborban kozmetikus, stylist, arcterapeuta és pszichológus előadó is támogatta őket. A napi 12 órás felkészítés alatt segítséget kapott, aki hízni szeretett volna, vagy, aki a táplálkozási útvessztőből igyekezett kitalálni, de természetesen a felesleges kilók leadásában is szakértői segítséget kaptak. Az életmódváltó tábor eseményeit népszerű

kereskedelmi televíziók csatornáin nyolc héten keresztül lehetett nyomon követni. Ugyancsak 2013-ban elindították a www.testebreszto.hu oldalt, ahol nemcsak aktivizálni szeretnék az olvasókat, hanem konkrét programjavaslatokkal, hírekkel, tippekkel és tanácsokkal is segítenek elérni a kiegyensúlyozott életmódot (2. kép).



2. kép. A honlap (forrás: www.testebreszto.hu)

A portálon számos eseményt ajánlanak a szabadidősportokat kedvelők figyelmébe, a keresőfunkció segítségével a lakóhelyhez legközelebb lévő program megtalálása csak pár kattintás. A regisztrált felhasználóknak lehetősége van eseményeik, edzéseik feltöltésére, népszerűsítésére. Ahhoz hogy mindenki a legközelebb tegye meg a lépéseit az egészségtudatos mindennapok felé, a Coca-Cola Testébresztő szakértők szolgálnak hiteles és hasznos információval az optimális kalória beviteltől kezdve az izomcsoportok terhelhetőségéig.

A szabadidősport rendezvényeken való részvételért és a weboldalon történő aktivitásokért pontokat adnak, amelyek értékes Coca-Cola Testébresztő ajándékokra válthatóak. Az oldal egy egyedi hűségprogramot is kínál a regisztrált felhasználói számára. A 2013-as esztendőben 5 millió darab 2 literes Coca-Cola palack belső falán is elhelyezett a Coca-Cola Testébresztő Program az otthon üdítőitalt fogyasztó családoknak szabadidős mozgásra buzdító üzenetet. A 2014-es évben a palackozó üzem megismétli ezt az aktivitását, sőt kiegészíti a félliteres palackok kupakján való megjelenéssel.

EREDMÉNYEK

A Coca-Cola Testébresztő Program programsorozat eredményességét egy-egy rendezvény résztvevőinek száma, illetve a résztvevői szám évről-évre való alakulása alapján mérik.

Coca-Cola Testébresztő program számokban 2005-2013 év végéig:



1. kép. A program számadatai (forrás: www.secure.coca-cola.hu)

2.

A Coca-Cola Testébresztő Program az évek során olyan ütemben fejlődött, hogy 2014-től a cégcsoport már valamennyi leányvállalata számára célként megfogalmazza, hogy a program-sorozattal összességében hány embert kell elérni.

2008 év eredményei

2008-ban a Coca-Cola Testébresztő Program 40 eseményén 700.000 résztvevő mozgott 15 megyében, illetve Budapesten rendezett programok keretében. A vállalat munkatársai 810 km-t futottak, 73 km-t úsztak, 10.931 km-t bicikliztek, 42 órát aeróbikoztak, és 877 kg halat fogtak (és engedtek vissza). Ebben az évben is elnyerték a Szívbarát Munkahely pályázat első díját, továbbá az Amerikai Kereskedelmi Kamara a *Legjobb Gyakorlat* díjjal értékelte a Testébresztőt. Ugyancsak ezért a szabadidősport-programért a Progresszív Magazin az *Év Társadalmi Szerepvállalása* első díját vehette át.

2009 év eredményei

2009-ben a Coca-Cola Testébresztő Programban a vállalat munkatársai 1.934 km-t futottak, 120 km-t úsztak, 5.210 km-t bicikliztek, 329 fitness órán vettek részt, és 824 kg halat fogtak (és engedtek vissza). A program keretében ingyenesen sportolhatnak a Coca-Cola által támogatott Testébresztő sporteseményeken. A munkahelyi állomásokon egészségügyi szűrővizsgálatokon, étrendi és személyi edzés tanácsadáson vehettek részt. Munkahelyi kezdeményezésre változatos mozgásfoglalkozásokon ismerkedhettek meg különféle mozgásformákkal. A munkahelyi egészségprogram elnyerte a Szívbarát Munkahely pályázat nagyvállalati kategóriájának első díját (másodszor). Ugyancsak ebben az évben a Coca-Cola Testébresztő programja elnyerte a *Beverage Innovation Awards* legjobb egészségmegőrző kezdeményezéséért járó díjat (az üdítőipar Oscar-díját). A Magyar Szabadidősport Szövetség a „*Lakosság sportjáért díj*”-at ugyancsak a Testébresztőnek ítélte oda.

2010 év eredményei

2010-ben a Coca-Cola Testébresztő Program az 5. születésnapját ünnepelte. Ezen évek alatt összesen 2,1 millió résztvevő kapcsolódott a programokba, 50 sportágban, 500 eseményen és 450 helyszínen. A Testébresztők 2.100.000 km-t futottak (a cég dolgozói 6.000 km-t), 250.000 km-t úsztak (a cég dolgozói 500 km-t), 1.500.000 km-t bicikliztek (a cég dolgozói 30.000 km-t), továbbá 185.000 órát aerobikoztak (a cég dolgozói 1.200 órát).

2011 év eredményei

2011-ben a Coca-Cola Testébresztő Program Facebook oldalán „Fél órába minden belefér” címsorral kampány szólította fel a követőket, hogy töltsenek ki egy kvízt, és mozogjanak 30 percet. Év végén az oldal látogatói a három kiválasztott közhasznú alapítvány számára felajánlott pénzadomány mértékéről szavazhattak. A szavazás elindításának feltétele a résztvevők által összegyűjtött 7.000 mozgással eltöltött fél óra volt. A szavazást a Suhanj! Alapítvány nyerte meg, öt követte a Magyarországi Éjféli Sportbajnokság Egyesület, illetve a Zsótér Alapítvány. Az adományozottak a támogatást sportolásra alkalmas kerekes székek vásárlására, mozgás- és látássérültek, hátrányos helyzetű kamaszok sportolási és oktatási feltételeinek javítására fordították. A Szabadidősport Világszervezet (TAFISA) a Coca-Cola Testébresztő Női Mozgásfesztivált a két évente átadott Innovációs Díjjal jutalmazta. A Coca-Cola Testébresztő Program eseményein a cég munkatársai 2.197 km-t futottak, 356 km-t

túráztak, 9.157 km-t bicikliztek, 885 fitness órán vettek részt, és nem utolsó sorban 154 kg halat fogtak (amit aztán vissza is engedtek).

2012 év eredményei

A Coca-Cola Testébresztő Facebook oldalán 2012-ben közel 3.100 új rajongó meríthetett az ötletekből, oszthatta meg történeteit. Az év végére közel 10.000 felhasználó követte folyamatosan a Coca-Cola Testébresztő Program eredményeit. A „*Tekerj Londonig!*” akció keretében a Coca-Cola az általa is szponzorált Nyári Olimpiai Játékokat és a szabadidős sportprogramját egy utcai eseménnyel kapcsolta össze. Ezen keresztül is felhívva a figyelmet a rendszeres testmozgásra, szabadidő hasznos eltöltésére. Budapesten négy helyszínen bárki csatlakozhatott az eseményhez, és bringázhatott a kihelyezett rögzített kerékpárokon. Az Olimpiai Játékok megnyitójáig a kerékpárosok közösen teljesítették a Budapest-London távolságot (1.450 km), összesen 2.324 km-t tekerve. A Facebook oldalukon, virtuális térképén lehetett követni, hogy merre jár a csapat. Vidékről a virtuális csapattagok a Facebook oldalon keresztül, önbevallásos alapon beírhatták az általuk megtett távot. A résztvevők között Coca-Cola Testébresztő kerékpárokat sorsoltak ki.

2013 év eredményei

Az üdítőital ipar szeptemberben, Münchenben megrendezett „Oscar” díjátadóján a *Beverage Innovation Awards* legjobb egészségkommunikációs kezdeményezéséért járó díját a Coca-Cola Magyarország vehette át Testébresztő programjának kalória-egyensúly kampányáért. Az üdítőital és ásványvízipar legrangosabb globális vetélkedőjén 40 országból, 29 kategóriában mintegy 370 pályázó indult. A Coca-Cola Testébresztő program októberben pedig a *Magyar Adományozói Fórum* (MAF) Társadalmi Befektetések Díjaival a szakma teljes elismerését kapta meg. Ez a díj a hazai vállalatok társadalmi felelősségvállalását elismerő szakmai díjak között az egyetlen, amely a szakmailag megalapozott és a hosszú távú fenntarthatóságot is szolgáló, példaértékű támogatói tevékenységekre szeretné felhívni a figyelmet, és ösztönözni az üzleti szektor még proaktívabb társadalmi szerepvállalását, a szektorok közötti eredményesebb összefogást, valamint a hazai támogatói kultúra fejlődését. A Coca-Cola Testébresztő program a Legsikeresebb Partneri Együttműködések és a Legnagyobb Hatást Elérő Támogatói Program kategóriákban is haramadik helyezést ér el.

A *Magyar PR Szövetség* CSR Best Practice pályázatán a Coca-Cola Testébresztő programot Példaértékű CSR Gyakorlat Díjjal tüntették ki.

A Trade Magazin „Az év legsikeresebb promóciója” versenyen NON-FMCG kategóriában aranyéremmel díjazták a SPAR Budapest Maratonhoz kapcsolódó – Coca-Cola Testébresztő programját. A közös együttműködés célja egészségtudatos életmód, a futás, a sport, a mindennapi kalória-egyensúly, a Spar Budapest Maraton® és a Coca-Cola Testébresztő program népszerűsítése a fogyasztók felé. Ennek keretében a Coca-Cola Hellenic országokon belül Magyarország volt az első, aki egészségtudatos áruházi kommunikációt valósított meg 31 Interspar és 60 Spar áruházban a Spar Magyarországgal karöltve. A promóció tartalmazott az áruházi megjelenésen túl egyedi "Veled van tele a sajtó" Facebook alkalmazást, közös élményezéseket, a futóeseményen kiemelt helyszíni jelenlétet, kapcsolódást a Coca-Cola Testébresztő hűségprogramhoz és belső munkatársi programokat is.

Munkahelyi Testébresztő eredményei

Az aktív és egészséges életmódot népszerűsítő Coca-Cola Testébresztő Program keretében évek óta számtalan lehetőséget biztosít minden munkatárs számára arra, hogy szabadidejükben ingyenesen vagy kedvezményesen sportoljanak támogatott sporteseményeiken. A program munkahelyi állomásain mindenki részt vehet egészségügyi szűrővizsgálatokon, életmóddal kapcsolatos előadásokon. Felkarolják a dolgozók kezdeményezéseit, akik szakképzett edző munkatársaik vezetésével hetente gerinctorna, valamint sárkányhajó evezéseken javíthatják, illetve tarthatják fenn állóképességüket ingyenesen. Havonta szervez munkahelyi túrklubjuk az ország különböző pontjaira túrákat, kirándulásokat, amelyhez bárki csatlakozhat a családjával, barátaival, ismerőseivel. Évente rendeznek a munkatársak számára foci, fallabda, tenisz és horgász kupákat, vállalati csapatokat neveznek az Üzleti Liga kosárlabda bajnokságaira. Dunaharaszti telephelyük fitness termében masszázst és változatos mozgásfoglalkozásokat szerveznek munkatársaiknak, hogy minél több mozgásformát ismerjenek meg, amelyeket aztán szabadidejükben is gyakorolhatnak. Az éves programokról minden év decemberében egy különkiadású kiadványban számolnak be munkatársaiknak és érintettjeiknek. Az eddig megjelent lapszámok a coca-cola.hu oldalon tekinthetőek meg. A Coca-Cola Munkahelyi Testébresztő csatlakozott a Bringázz a Munkába! kampányhoz. A kampány öt hete alatt összesen 446-szor bringázott munkába a Testébresztők csapata.

2014 év eredményei

2014 év áprilisában valósult meg a Coca-Cola Fitness nap, melynek helyszíne a budapesti Syma Csarnok volt (2. kép).



MOZOGJ VELÜNK AZ EGÉSZSÉGEDÉRT!
8. COCA-COLA TESTÉBRESZTŐ FITNESS NAP
2014. április 5., SYMA Sport-és Rendezvényközpont



Az esemény szervezője, a BSI,
a FittAréna események rendezője

1. ábra. A fitness nap logója (forrás: www.fitnessnap.hu)



3. kép. A fitness nap a Symában (forrás: www.fitnessnap.hu)

A PROJEKT HATÁSAI, DISSZEMINÁCIÓ

A Coca-Cola Testébresztő Program komoly hatással lehet más szervezetek szabadidős sportprogramjainak kialakítására – amennyiben néhány kiemelten fontos alapszabályt figyelembe vesznek. Alapvető annak végiggondolása, hogy egy ilyen szabadidős sportprogram miként illeszkedik be a vállalat társadalmi felelősségvállalási (CSR) stratégiájába. Ha már vannak egyéb programjai, akkor azokat is összhangba kell hozni mind a felelősségvállalási elképzelésekkel, mind pedig a szabadidős sportprogramjaival. Fontos, hogy következetesen valósítsa meg a szabadidős aktivitásait (is). Természetesen alapkérdés, hogy az elképzelt szabadidős sporttevékenység miként, hogyan kapcsolódik a vállalat, szervezet alaptevékenységéhez, milyen társadalmi problémára tud választ adni. Ennek alapján fontos, hogy mind a szervezet mind pedig a (leendő) partnerei számára egyértelmű és világos legyen, mi a programoknak, az eseményeknek a célja. Döntő, hogy a vállalat, szervezet tisztában egyen azzal, hogy miben, milyen területen lehet hiteles; és nem utolsó sorban azzal, hogy milyen jelenségre, problémára akarja felhívni a figyelmet, milyen problémára kínál megoldást. Tisztában kell lenni azzal, hogy a társadalmi felelősségvállalási programoknak nem célja és nem is lehet célja a forgalomnövelés. Akár profit orientált, akár non-profit cégről, szervezetről legyen is szó, számolni kell azzal, hogy a márkát az adott társadalmi jelenségre adott válaszon, programon keresztül lehet építeni vagy éppen védeni. A cég a saját felelősségi körén belül minden tőle telhetőt elkövet a problémára való rámutatással és annak kezelésére kidolgozott programokkal. A tudatos fogyasztók pedig a döntéseiken és az életmódjukon keresztül – a márka generálta, képviselte programok hatására – ennek részesei.

2010 novemberében a Coca-Cola Testébresztő Program munkatársai, valamint a megvalósításban meghatározó részt vállaló 24 szervezet közösen értékelték a kezdetek óta eltelt öt évet, eredményeit, hatását. Az érintettek egyetértettek abban, hogy a program millióknak mutat példát, motivál, számos sportágon keresztül szólítja meg az embereket. Sokszínű a tömegbázis, mely tömegbázis – a tartalmas, szakmailag igényes koncepció és mondanivaló, valamint programok okán – stabil. A program szélesítésének kulcskérdése, miként tudják a programgazdák és programszervezők a tömegbázist szélesíteni, önálló célcsoportokat megszólítani és bevonni. Kiemelt figyelemmel fordulnak a családok, a munkahelyek, iskolások és szülei, az idősek, valamint az egyetemisták felé, a tanárok számára pedig életmód oktatási csomagokat összeállítani. Erősíteni kell az együttműködő szervezetek közötti kapcsolatot, a programok összehangolását. Új partnereket – vállalatok, kormányzati szervek, önkormányzatok – terveznek bevonni a Testébresztő Program fejlődése érdekében

FÜGGELÉK

Források

- Interjú: Mészáros Zsuzsanna, 2014.
- www.secure.coca-cola.hu – CSR kiadványok, bennük a stratégia, főbb irányok, és valamennyi-ben információ a Coca-Cola Testébresztő Programról
- Coca-Cola Üdítő Oldalak 2010
- www.egeszsegliget.hu
- www.futabet.hu
- Testébresztő különszámok
- www.masport.hu
- www.mozgasvilag.hu

Interjúkérdések:

1. Miért, hogyan alakították ki a programot? Hazai/régiós/globális kezdeményezés? Kellott magyarosítani? Ha hazai, akkor hogyan viszik tovább?
2. Milyen programokba illeszkedik?
3. Kinek szól, ki a célcsoport?
4. Hogyan épül fel? Aki „akarja”, az kéri? Havi/negyedéves/éves naptár? Mennyivel hamarabb kell szólni, betervezni? Mennyire Coca-Cola program, ill. mennyire annak a programja, aki kéri? Vannak-e kötelező vagy fix elemek? Mi a keret? Mi kell hozzá (minimális igények, feltételek)? Kik dolgoznak rajta?
5. A finanszírozás struktúrája, arányai, menete?
6. Coca-Cola éves büdzséből tervezi? Mi az, amit ő áll, mi az, amit az, aki a programot kéri? Hogy kell elszámolni?
7. Kommunikáció: mit kommunikál a Coca-Cola, mit az, aki kéri a programot? Mik a kötelező elemek? Hogy kell együttműködni? Mit csinál a marketing, PR-részleg?
8. Miért pont azok az „arcok”, nagykövetek, akik? Fognak váltani? Fognak bővíteni?
9. Munkahelyi Testébresztő – miképpen része az alapprogramnak?
10. Mit javasol annak, aki bekapcsolódna a programba, illetve annak, aki valami hasonlót kezdeményezne?