

mediakey GIUGNO 2016 | FOCUS

Green Communication



BARBARA TOMASI

GIORNALISTA E REDATTRICE, COLLABORA CON TESTATE OFFLINE E ONLINE DI COMUNICAZIONE, MARKETING E GRANDE DISTRIBUZIONE SPECIALIZZATA E NON

LA 'CRESCITA FELICE' DI PUBBLICITÀ PROGRESSO

LA NUOVA CAMPAGNA SPIEGA L'IMPORTANZA DEI GESTI QUOTIDIANI PER UN USO CORRETTO DELLE RISORSE DEL NOSTRO PIANETA.

Le risorse del pianeta sono sempre più a rischio: perché si stanno esaurendo, perché sono messe in pericolo dai mutamenti climatici e dall'inquinamento, perché sono sprecate o mal distribuite. Siamo quindi condannati a una qualche forma di 'decrecita felice' come alcuni sostengono? La domanda se la sono fatta anche gli associati a Pubblicità Progresso e i docenti del network universitario Athena, scegliendo la soluzione che la società debba continuare a svilupparsi, puntando con determinazione a quella 'crescita felice' che può essere perseguita

solo se tutti insieme – cittadini, imprese, istituzioni – mettono in atto quei comportamenti positivi che permettono di utilizzare al meglio le risorse facendo in modo che ce ne siano a sufficienza per tutti. Una soluzione improntata alla concretezza, come da sempre sono le campagne sociali promosse da Pubblicità Progresso. Un'attività istituzionale partita nel 1971 e che fino a oggi ha riguardo le tematiche sociali più diverse. Le ultime in ordine cronologico sono state le campagne, solitamente di durata biennale, che si sono occupate della donazione di organi e tessuti (2012-2013) e 'Punto su di te' a favore della parità di genere (2014-2015). Il prossimo biennio sarà invece all'insegna di 'Sostenibilità, Sobrietà, Solidarietà', campagna che ha come obiettivo il far capire ai cittadini che i gesti quotidiani di attenzione a un uso corretto e responsabile delle risorse non solo fanno crescere il singolo come persona, ma gli consentono non indifferenti risparmi e lo gratificano come cittadino attento al consumo sostenibile. Con una pianificazione crossmediale che prevede tv, stampa e canali social, la campagna invita a visitare il sito CiRiesco.it, dove, oltre ai principali consigli per comportamenti a favore della sostenibilità, sono presenti otto sezioni (acqua, energia, aria, cibo, rifiuti, abitare, mobilità, salute) con informazioni, news, segnalazioni di eventi e iniziative, che verranno rilanciate attraverso un sistematico impiego dei social media. Realizzata pro bono da tutti i partecipanti, la campagna ha tra i soci sostenitori CiAL, Corepla e Ricrea, consorzi che operano nel riciclo delle materie prime, MM, che, oltre alla mobilità, a Milano gestisce anche l'acqua, e l'azienda farmaceutica Roche. "Con la nuova campagna desideriamo porre l'attenzione sui comportamenti virtuosi che un cittadino responsabile dovrebbe tenere per garantire un futuro migliore a chi verrà dopo di lui. Su CiRiesco.it chiunque può reperire informazioni e consigli pratici per adottare uno stile di vita sano", ha dichiarato durante la presentazione alla stampa il presidente di Fondazione Pubblicità Progresso, Alberto Conti. "È da molti anni che vengono diffusi allarmi sulla scarsità di risorse a disposizione dell'uomo, ma è difficile che a questi allarmi faccia seguito l'adozione di modi di vivere più illuminati. Con CiRiesco.it, auspichiamo di poter aiutare i cittadini, non solo a diventare consapevoli sul problema che è ormai sotto i nostri occhi, bensì intendiamo farlo fornendo informazioni utili a tradurre in fatti questa consapevolezza". La campagna è stata curata dall'agenzia KeyADV e prodotta dalla Bedeschi Film con la regia di Claudio Gallinella, mentre il posizionamento è stato affidato al centro media Inmediato e Ipsos curerà i sondaggi. Il sito web CiRiesco.it è stato realizzato da E-Motion Web, mentre Goldmann & Partners ha collaborato ai contenuti. L'ufficio stampa è di Havas PR Milan.



CON UNA PIANIFICAZIONE CROSSMEDIALE CHE PREVEDE TV, STAMPA E CANALI SOCIAL, LA CAMPAGNA INVITA A VISITARE IL SITO CIRIESCO.IT.

La campagna invita a visitare il sito CiRiesco.it, dove, oltre ai principali consigli per comportamenti a favore della sostenibilità, sono presenti otto sezioni (acqua, energia, aria, cibo, rifiuti, abitare, mobilità, salute) con informazioni, news, segnalazioni di eventi e iniziative, che verranno rilanciate attraverso un sistematico impiego dei social media. Realizzata pro bono da tutti i partecipanti, la campagna ha tra i soci sostenitori CiAL, Corepla e Ricrea, consorzi che operano nel riciclo delle materie prime, MM, che, oltre alla mobilità, a Milano gestisce anche l'acqua, e l'azienda farmaceutica Roche. "Con la nuova campagna desideriamo porre l'attenzione sui comportamenti virtuosi che un cittadino responsabile dovrebbe tenere per garantire un futuro migliore a chi verrà dopo di lui. Su CiRiesco.it chiunque può reperire informazioni e consigli pratici per adottare uno stile di vita sano", ha dichiarato durante la presentazione alla stampa il presidente di Fondazione Pubblicità Progresso, Alberto Conti. "È da molti anni che vengono diffusi allarmi sulla scarsità di risorse a disposizione dell'uomo, ma è difficile che a questi allarmi faccia seguito l'adozione di modi di vivere più illuminati. Con CiRiesco.it, auspichiamo di poter aiutare i cittadini, non solo a diventare consapevoli sul problema che è ormai sotto i nostri occhi, bensì intendiamo farlo fornendo informazioni utili a tradurre in fatti questa consapevolezza". La campagna è stata curata dall'agenzia KeyADV e prodotta dalla Bedeschi Film con la regia di Claudio Gallinella, mentre il posizionamento è stato affidato al centro media Inmediato e Ipsos curerà i sondaggi. Il sito web CiRiesco.it è stato realizzato da E-Motion Web, mentre Goldmann & Partners ha collaborato ai contenuti. L'ufficio stampa è di Havas PR Milan.