

Adv WePlanet, è al via il programma sul futuro sostenibile; Oct_Net firma la nuova campagna

L'agenzia Octo_Net curerà la campagna digitale di WePlanet in occasione del programma di attività previsto dalla prossima settimana. WePlanet è la startup innovativa che promuove la tutela del Pianeta Terra con attività e progetti sostenibili nell'ambito dell'arte, del design, della creatività e della formazione. Con questo spirito è partita dalla città di Milano, lo scorso aprile, l'iniziativa "100 globi per un futuro sostenibile", con la posa del primo globo in piazza della Scala, per proseguire attraverso l'installazione degli altri 99 tasselli che trasformeranno il capoluogo lombardo in una galleria d'arte a cielo aperto, dal 5 aprile fino al 20 giugno 2021.

Un concept, "17 global goals", che ispira la strategia di comunicazione pianificata dall'agenzia sui principali canali digitali: da Facebook a Instagram e YouTube

TUTTE LE INIZIATIVE

La campagna digital va online in vista di molteplici appuntamenti: il 15 settembre i globi di Helbiz e Integer sono stati presentati in anteprima a Firenze presso la Fondazione Zeffirelli; il 23 settembre uscirà la WePlanet collection, i globi in miniatura acquistabili online, e il 10 ottobre, al Parco Segantini di Milano, sarà presentato il globo dell'Associazione Parco Segantini con un evento di beneficenza. Oltre al lancio di post dedicati ad appuntamenti e sponsor, saranno pubblicate videointerviste agli artisti e agli amministratori delegati di aziende sostenitrici.



UNA CAMPAGNA, 17 SOGGETTI

Nel complesso il progetto è volto a sensibilizzare i cittadini sui 17 global goals, gli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'agenda 2030, che si concluderà a giugno 2021. E al concept dei 17 global goals si ispira

la campagna adv ideata e pianificata da Octo_Net sui principali canali digitali: Facebook, Instagram e YouTube. L'agenzia creerà 17 diverse immagini che idealmente riprendono gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile per creare curiosità e aspettativa nel pubblico. Le creatività in questione usciranno sui canali social seguendo la calendarizzazione delle giornate mondiali e internazionali stabilita direttamente dalle Nazioni Unite.

UN CONTEST ORIGINALE

La start-up innovativa Octo_Net ha inoltre fornito

la tecnologia WebGL, grazie alla quale sarà possibile visionare online in anteprima 3D i bozzetti nell'ambito del contest che invita i cittadini, in particolare giovani artisti, a ideare il proprio globo sul tema "arte e sostenibilità ambientale". Basta iscriversi tramite il sito <https://milano2020.weplanet.it/concorso-weplanet>, progettare in modalità digitale o su carta il proprio modellino e inviarlo a WePlanet. Aperto fino al prossimo 31 gennaio 2021, finora il contest conta numerosi partecipanti. Al termine delle iscrizioni una giuria interna a WePlanet sceglierà il vincitore, il quale avrà la preziosa opportunità di ricreare la sua opera su un globo di grandi dimensioni arricchendo la mostra nelle strade di Milano.



Comunicazione Al via su Fanpage. it la nuova campagna di ActionAid

L'attività è dedicata all'adozione a distanza e vede la collaborazione di Cane Secco e Willwoosh: acquisti e tante risate in "Vita buttata"

Chissà quante volte abbiamo comprato qualcosa di strampalato, di insensato, per poi pentircene subito dopo. Consoliamoci, siamo in buona compagnia. Ne sono convinti Willwoosh e Cane Secco, che nell'esarante nuova puntata di "Vita buttata" raccontano alcuni loro acquisti divertentissimi, e a volte davvero folli, e quelli altrettanto improbabili fatti dai membri delle loro community. Un video tutto da ridere, che contiene però anche un consiglio prezioso per tutti quelli che pensano che... forse quei soldi potevano essere spesi meglio. Cane Secco, nome d'arte di Matteo

Bruno, ancora una volta scende in campo con ActionAid insieme alla Slim Dogs, la sua casa di produzione video, per promuovere fuori da ogni retorica e in modo innovativo l'adozione a distanza. Ma questa volta il famoso youtuber e video-maker è ospite di Guglielmo Scilla, noto anche come Willwoosh, che vanta più di un milione di follower. La nuova campagna è frutto di una collaborazione pluriennale con Ciaopeople, che vede coinvolta la testata Fanpage.it: il gruppo editoriale digitale ha scelto e coinvolto i due talent con l'obiettivo di amplificare la portata della comunicazione. E i risul-



tati non hanno tardato ad arrivare: nel giro di soli cinque giorni il branded content ha saputo raggiungere oltre 3 milioni di utenti.