

Presentazione campagna di comunicazione web e social

#IntegrAction

La campagna di comunicazione del progetto “Le nostre città invisibili - Incontri e nuove narrazioni del mondo in città”, denominata #IntegrAction, nasce dalla necessità di contribuire al contrasto di rappresentazioni scorrette e discriminanti delle migrazioni e delle diversità culturali.

Creare un nuovo lessico comune, uscire dalla logica emergenziale e valorizzare le identità che si contaminano, sono gli obiettivi principali che la campagna si prefigge.

Per raggiungere tali obiettivi è necessario sensibilizzare e sottolineare il modo in cui le diverse tradizioni interagiscono nella quotidianità, mettere in risalto l'importanza dell'incontro tra le persone e esaltare il valore della diversità e della contaminazione fra le diverse culture.

La strategia digital è stata stesa successivamente all'analisi di una piccola indagine interna, su un campione di 50 persone (fascia d'età 21-28 anni), che si è resa necessaria per capire il livello di conoscenza e di percezione della tematica “integrazione” nella quotidianità della target audience coinvolta.

Dalla ricerca stessa, oltre ad essere emersi diversi materiali di spunto e riflessione, è emersa “l'icona” della campagna e il nome della stessa che è stato direttamente il campione a decidere.



L'icona della campagna è rappresentata da tre cerchi concentrici di colore verde acqua, arancione e giallo. La forma e i colori sono stati valutati, dal campione, più idonei a rappresentare “figurativamente” la tematica dell'integrazione (seguendo anche logiche psicologiche di associazioni di significato alle forme e ai colori proposti).

La campagna #IntegrAction sarà multicanale, proprio per la necessità di raggiungere un target di persone molto ampio (15-35 anni), e prevederà come canali principali : Instagram e Facebook e come canali secondari a supporto: Twitter e YouTube.

Su Instagram e Facebook sono già stati aperti due profili interamente dedicati alla campagna denominati #IntegrAction, mentre su Twitter si utilizzerà come canale principale quello di Fondazione Pubblicità Progresso e i profili dei partner di progetto.

Per ogni canale è stata predisposta una work table in modo tale da garantire il raggiungimento del target preposto per ogni singolo canale. Sui social si alterneranno diverse tipologie di contenuto, con una rilevanza massiccia di soft contents, mantenendo una coerenza sia a livello di tone of voice che di grafica.

Protagonisti dell'intera campagna saranno le persone, i loro volti e le loro storie. In particolar modo, testimonials della campagna social saranno gli accompagnatori interculturali che sono stati intervistati durante Itacà a Bologna lo scorso maggio. Sono infatti state create 12 pillole video con le loro storie e i loro racconti e oltre 21 foto ritratti raffiguranti gli accompagnatori, all'interno dei quali è stato inserito il nome del singolo accompagnatore e il paese di provenienza. Questo materiale verrà veicolato attraverso il canale Instagram e il canale Facebook dedicato a #IntegrAction.

Credits campagna social

Digital Strategist: Valentina Foschi
Social Media Manager: Francesca Bonfanti
Videomaker: Vittoria Maiolo, Stefano Scagliarini,
Operatore: Clorinda Sissi Galasso
Ufficio stampa: Close To Media

Credits spot web

Agenzia: KeyADV (Acqua Group)
Creative Director: Luca Negretti e Massimo Del Monaco
Copywriter: Veronica Maggi
Art Director: Roberto Ferrario
Account Director: Andrea Casneda
Account Executive: Alice Usai

Casa di produzione: Bedeschi Film

Soggetto Bimbi:

- Casa di produzione: Bedeschi Film
- Produttore: Giovanni Bedeschi
- Line producer: Valeria Mazzotta
- Regista: Alberto Poli
- D.O.P.: Angelo Coli
- Montatore: Tommaso Bedeschi
- Post produzione: Bedeschifilm
- Colorist: Orash Ranema
- Mix: Riccardo Milano

Soggetto Adulti:

- Casa di produzione: Bedeschi Film
- Produttore: Giovanni Bedeschi
- Line producer: Valeria Mazzotta
- Regista: Claudio Gallinella
- D.O.P.: Angelo Coli
- Montatore: Tommaso Bedeschi
- Post produzione: Bedeschifilm
- Colorist: Orash Ranema
- Mix: Riccardo Milano