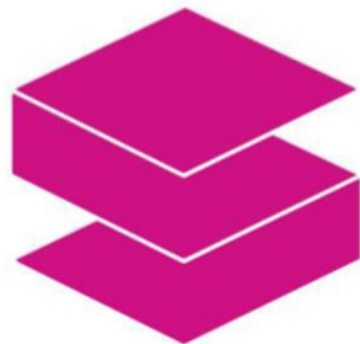


# INNOVATION CAMP

## Revolutionary Squad

Challenge virtuale **LICEO VIRGILIO, MANTOVA**

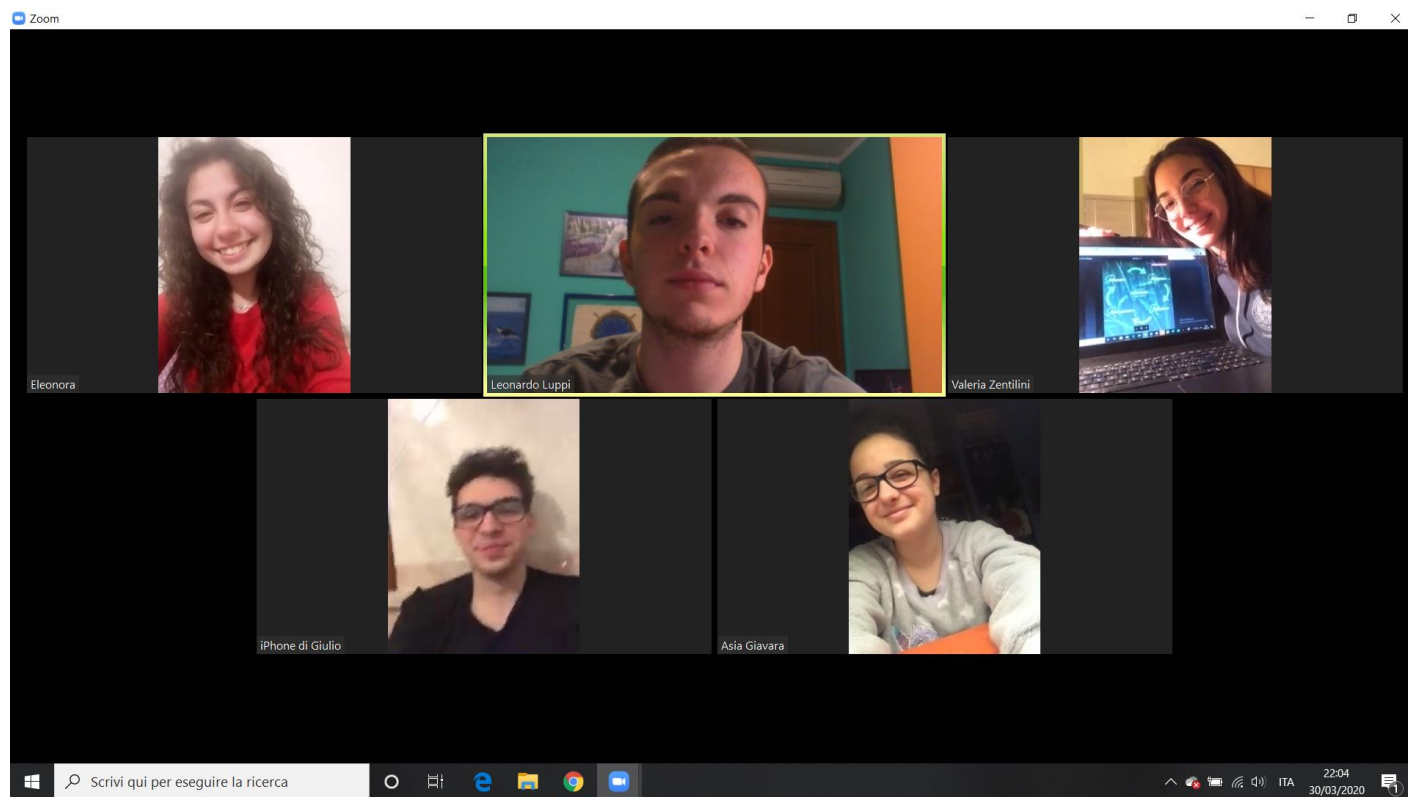


**A STEEM  
FOR STEEL**

Leggete le note sotto ogni slide!

# L'AGENZIA DI COMUNICAZIONE

- **project manager:**  
Giulio Mazzoni (basso sx)
- **user experience designer:**  
Asia Giavara (basso dx)
- **content manager:**  
Eleonora Solidoro (alto sx)
- **social media manager:**  
Leonardo Luppi (alto centro)
- **videomaker:**  
Valeria Zentilini (alto dx)



# Il vecchio oggetto di acciaio

## TRATTORE SAME 450

L'oggetto in questione ha un forte valore esperienziale: ha quasi raggiunto i 60 anni d'età e la sua carriera è ormai giunta al termine. Abbiamo pensato potesse essere l'oggetto giusto da riciclare in quanto molto inquinante a causa dei gas di scarico e non più in grado di svolgere le sue funzioni appieno, dati i ricorrenti guasti.



# Il nuovo oggetto frutto del riciclo/riuso

## **BORRACCIA TERMICA IN ACCIAIO INOSSIDABILE**

Il nostro trattore ormai inefficiente è stato RICICLATO e trasformato in una borraccia completamente in acciaio.

Il nuovo prodotto che abbiamo scelto è una delle ultime tendenze fra giovani e non, ed è senza dubbio un esemplare strumento per ridurre la produzione di plastica.

E' quindi doppiamente ecosostenibile: è riciclabile più e più volte ed è nostro alleato nella lotta contro il consumo della plastica.





# La campagna di comunicazione 1/2

La chiave della nostra campagna vuole essere la semplicità e l'azzeccato tempismo nel postare le nostre foto, i video e le relative descrizioni.

**GIORNO 1:** post che racconti la storia del prodotto iniziale con caption precisa e coinvolgente;

**GIORNO 2:** IG STORY riguardante l'ecosostenibilità + sondaggio sull'ipotetico prodotto finale;

**GIORNO 4:** post che presenti il prodotto finale con caption che faccia riflettere sull'importanza di scegliere prodotti ecosostenibili;

**GIORNO 5:** IG STORY illustrante i vantaggi del riciclo del prodotto iniziale;

G. 1



G. 4



G. 2



G. 5



# La campagna di comunicazione 2/2

**GIORNO 7:** IG STORY, promotion del prodotto finale che spinga i giovani all'acquisto;

**GIORNO 8:** IG STORY sull'ecosostenibilità dell'acciaio in forma breve, coincisa e molto giovanile.

**GIORNO 10:** POST FINALE CON VIDEO che mostri l'evoluzione del prodotto dall'inizio alla fine, raccontando una vera e propria storia.

Ashtag usati: #Asteem4steel, #nuovo, #sostenibile, #ecologico, #innovationcamp

G. 7



G. 8



G.10

LINK PER VISULIZZARE IL VIDEO DEL POST FINALE:

<https://youtu.be/QwwOtuMd2Dg>



*GRAZIE PER L'ATTENZIONE*

Revolutionary Squad