DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXII n°105
venerdì 8 giugno 2012

Sostenibilità Eni si toglie la cravatta anche nell'estate 2012

In previsione del picco estivo dei consumi di elettricità, anche quest'anno fino a settembre "Eni si toglie la cravatta". L'iniziativa, giunta alla sesta edizione, è rivolta ai dipendenti e consiste nell'adottare in ufficio un abbigliamento meno rigoroso a vantaggio del risparmio energetico per consumare meno e lavorare meglio. Evitando giacca e cravatta è possibile alzare di 1°C la temperatura negli edifici contribuendo a contenere le emissioni di CO2. Durante l'edizione del 2011 sono state risparmiate 430.000 kWh di energia elettrica, pari a una riduzione del 9,5% dei consumi elettrici per il condizionamento. Il risparmio complessivo durante i giorni dell'iniziativa corrisponde ai consumi elettrici annui per uso domestico di 360 persone. La quantità di CO2 risparmiata equivale a quella prodotta da circa 1350 viaggi A/R in aereo sulla tratta Milano-Roma e a quella emessa da un'auto nuova per compiere 40 volte il giro del mondo. Il risparmio economico risultato dell'iniziativa "Eni si toglie la cravatta" è stato

Comunicazione Action&Branding: campagna unconventional a Milano per il Villaggio Fitness Virgin Active

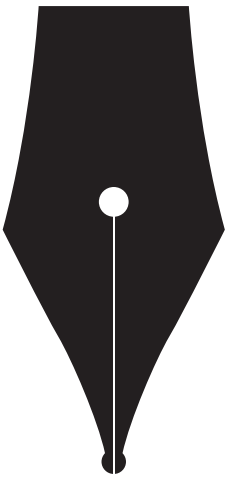
Una delle installazioni ambient

Action & Branding, agenzia di comunicazione creativamente integrata, dopo aver seguito la campagna di unconventional marketing a supporto del Club Virgin Active di Baranzate (Milano), ha ricevuto il mandato dalla filiale italiana della multinazionale inglese di ideare e gestire la campagna anche per l'apertura del nuovo Club di Milano Città Studi, inaugurato in Via Amadeo 55. La nuova campagna di marketing territoriale ha avuto l'obiettivo di contribuire, insieme alle Istituzioni preposte, alla riqualificazione del territorio urbano dove ha sede il nuovo villaggio fitness di 5.000mq. "Siamo partiti con la sponsorizzazione per un anno del verde di Piazza Bottini (MM Lambrate) – commenta l'account manager di A&B Gianpaolo Mori - impiantando nel periodo natalizio abeti di varie dimensioni addobbati con le icone del mondo Virgin Active. Contemporaneamente all'apertura della sede della prevendita Virgin Active in viale Argonne è stato addobbato un cedro di oltre 50mt con simpatici Smile teaser per colorare il Natale degli abitanti e dei passanti nella zona. A supporto della contaminazione un gigantesco Smile rosso del diametro di 3mt, senza riferimenti pubblicitari, è stato posizionato prima nei giardini di viale Argonne, in prossimità della sede della prevendita, poi movimentato in Piazza Bottini e dopo mesi "on the road" è stato protagonista durante la festa di inaugurazione del Club, prima di partire per nuove "aperture". In ottica di riqualificazione si è deciso di intervenire anche per riverniciare a nuovo e ripulire un sottopasso fatiscente nei pressi del nuovo Club. E' stato reclutato uno dei più noti Writer della scena milanese e nazionale commissionandogli un'opera no-logo di oltre 40mt di lunghezza".

tg|adv

tg|adv - Via Ripamonti 101 20141 Milano
Tel. +39 02 57313102 - tgadv@tgadv.it - www.tgadv.it

CONTENT
IL CONTENUTO È L'ELEMENTO FONDAMENTALE PER LA CREAZIONE DI UNA RELAZIONE
PRO
PROATTIVITÀ
PROPOSITIVITÀ
PRODUTTIVITÀ
LE KEYWORD CHE GUIDANO LA NOSTRA VISION



Relazione, engagement, brand exploitation... le nuove frontiere della comunicazione diventano attuali con **Content Pro**, la divisione di **tg|adv** specializzata nella realizzazione di progetti "chiavi in mano", dallo scouting alla consulenza strategica, dalla produzione alla distribuzione, fino alla valutazione dei risultati ottenuti.