

L'estate del cambiamento.



Niente a che fare con la crisi dell'ormai famigerato "Governo del Cambiamento". Quella che sta per concludersi potrebbe essere ricordata come un'estate memorabile per la quantità di campagne e iniziative che sembrano segnare una svolta definitiva negli approcci al marketing e alla comunicazione.

Da tempo nel nostro lavoro si fa un gran parlare della necessità di comunicare in maniera nuova ai nostri interlocutori. Spesso, nella rincorsa al consenso dei Millennial, si rende pressoché obbligatorio uno sguardo nuovo sulle tematiche a cui sembrano essere più affezionati. Ecco quindi che i temi ambientali, quelli della diversità di genere e dell'inclusione diventano requisiti fondamentali per guadagnare i loro favori. C'è chi è riuscito a farlo in maniera magistrale e gli ultimi mesi sono stati particolarmente interessanti da questo punto di vista.

Ho attraversato i miei feed e ho provato mettere in fila le iniziative che mi sono piaciute di più, partendo dalla

bellissima operazione con cui Diesel ha salutato su Instragram i 14.000 follower persi dopo la sua adesione al Pride e alla comunità LGBT.



diesel



Piace a ilacasti e altri 47.333

diesel We've taken pride in our beliefs for 40+ years & we believe in [#pride](#). For those who don't, including the 14.000 followers who've left us in the last week.... bye bye!

To those who share our beliefs and values, let's celebrate the fact that [#loveislove](#). Always.

Visualizza tutti e 2.763 i commenti

*"Sosteniamo con orgoglio i nostri valori **da oltre 40 anni e crediamo nel Pride**. Per coloro che non lo fanno, inclusi i 14.000 followers che ci hanno lasciati nell'ultima settimana... addio! Per coloro che condividono le nostre opinioni e i nostri valori, **celebriamo il fatto che l'amore è amore. Sempre**"*

Bella anche l'iniziativa della compagnia aerea KLM che all'inizio di luglio, alla vigilia dei suoi picchi stagionali, ha avuto il coraggio di lanciare l'iniziativa [Fly Responsibly](#), per invitare i suoi passeggeri a considerare altre forme di trasporto su alcune destinazioni o a compensare l'emissione di CO2 con uno speciale biglietto di viaggio che permette di partecipare a un importante progetto di riforestazione

E ancora, spostandoci su altri temi, bellissima l'iniziativa della multinazionale Pampers che si è attivata per installare in USA e Canada, oltre cinquemila fasciatoi nei bagni degli uomini. #lovethechange è il tema che hanno dato a questa iniziativa e che stabilisce pari opportunità tra uomini e donne, anche nel cambio dei pannolini.

Di tutt'altro genere la geniale provocazione di Pornhub, il celebre sito di video pornografici. I creativi dell'agenzia Officer & Gentleman hanno preso a prestito l'istanza ambientale per lanciare il film pornografico più "sporco" di tutti i tempi. Hanno coinvolto una celebre pornostar in un film girato su un'isola letteralmente coperta di spazzatura. La visione è possibile solamente sulla loro piattaforma e ad ogni clic corrisponde un incentivo importante a tutela dell'ambiente.

YouTube ha rimosso il trailer, ma potete divertirvi su Pornhub e fare qualcosa di utile per il pianeta.

CLEAN UP THE BEACH BY GETTING DOWN AND DIRTY

Dobbiamo cambiare le nostre abitudini e smettere di insudiciare questi paradisi terrestri. Per aiutare, guarda per intero il video senza censure qui sopra con la coppia dei porno all'aperto per eccellenza LeoLulu, per ogni visualizzazione faremo una donazione ad Ocean Polymers per aiutarli a finanziare i loro sforzi per pulire i nostri oceani.

WATCH THE FULL UNCENSORED VIDEO

<https://it.pornhub.com/cares/dirtiest-porn>

E a proposito di ambiente, sempre quest'estate, c'è da registrare [la notizia](#) di **Lego** che ha reso nota l'intenzione di utilizzare bioplastiche ecologiche e di origine naturale per fabbricare i suoi mattoncini da costruzione. Mentre fa discutere la scelta di **IKEA** che ha recentemente comunicato di non distribuire più il proprio catalogo nelle case dei consumatori. In realtà alcuni lo stanno ricevendo, ma la gran parte dei clienti IKEA dovrà recarsi presso un punto vendita per poter sfogliare il catalogo cartaceo.

Un oggetto cult non sarà più disponibile presso le nostre case e gli addetti ai lavori si sono divisi tra chi plaude la scelta ambientale della multinazionale svedese e chi reclama la propria dose di carta e colla nella propria casella di posta, accusando IKEA di guardare solo al risparmio dei costi di produzione.

Sul filo di lana arriva **Cadbury**, la celebre tavoletta di cioccolato, che in India ha voluto celebrare il giorno dell'indipendenza con un'edizione davvero speciale fatta di 4 gusti in una sola barretta che prende i colori delle diverse etnie locali.



cadburydairymilkin  • [Segui](#)

...

Cadbury

**This Independence day,
celebrate India's
unity in diversity.**



Limited edition

India's first chocolate
with dark, blended,
milk and white united
in one bar.

Available on

Flipkart



Sale begins 15th Aug 12pm

Limited edition stocks only. Available in only select geographies.



Piace a 7.526 persone

cadburydairymilkin This Independence Day, let's
celebrate a country that stands united in its diversity.

Infine, questa è stata l'estate in cui su questi temi ci sono state importanti prese di posizione da parte delle aziende.

Negli Stati Uniti i **200 CEO appartenenti alla Business Roundtable** presieduta da Jamie Dimon di JpMorgan Chase che vanta al suo interno aziende come Apple, Accenture e AT&T, per oltre 15 milioni di dipendenti hanno dichiarato che *“accanto alla massimizzazione dei profitti ogni compagnia deve avere come scopo l'arricchire la vita dei propri dipendenti, dei consumatori, dei fornitori e delle comunità, servendo gli azionisti in modo etico e rispettando l'ambiente”*.

L'affermazione è coraggiosa, pensando ai nomi che fanno parte di quest'associazione e infatti non si è fatta attendere una severa risposta delle BCorporation che [in ultima istanza invita a lavorare insieme per il benessere di tutti](#).

Patagonia, Ben & Jerry's, and 30 other companies tell the Business Roundtable CEOs to put up or shut up



[Photo: [I'm Roomian/Unsplash](#)]

Lo so è stata anche l'estate delle critiche a Greta Thunberg per la sua traversata principesca, ma c'è stato anche un momento a margine del G7 in cui le più importanti *maison* della moda si sono impegnate nel **#fashionpact**. L'accordo siglato davanti al Presidente Macron vuole che l'intero comparto della moda si adoperi per promuovere, migliorare e rafforzare la cooperazione tra società private e stati nazionali, al fine di arrestare il riscaldamento globale; ripristinare la biodiversità e proteggere gli oceani.

Staremo a vedere.

Per chiudere, e a proposito di inclusione, una notizia di pochissimi giorni fa a dirci quanto in futuro i temi più sensibili debbano riguardare qualsiasi ambito di lavoro. E per ovviare all'annosa questione di genere sulla sessualità delle intelligenze artificiali, ecco arrivare in nostro soccorso la prima [genderless voice](#).



88

- [Invertising](#)
- [Bcorporation](#)
- [Diesel](#)
- [IKEA](#)