



 **TECHNOLOGY &
COMMUNICATION**

«365 GIORNI PER LA SOSTENIBILITÀ»



Technology & Communication Srl

CI PRESENTIAMO

Technology & Communication Srl è un'agenzia che grazie alla grande esperienza maturata nel mondo della comunicazione, dell'advertising, dell'editoria e del marketing si propone alle aziende come **partner affidabile** e **competente** offrendo servizi di **consulenza strategica**, **creazione di contenuti** coinvolgenti, **product placement** e accesso a **spazi fisici in eventi** rilevanti.

T&C dal 2022 ha lanciato una divisione impegnata nel mondo della sostenibilità dove fornire progetti di comunicazione integrati, attraverso una serie di **servizi tailor-made**, aiutando le aziende più virtuose a **comunicare** efficacemente il proprio impegno verso la sostenibilità, migliorandone la **reputazione di Brand** ed accrescendone la **visibilità**.

Da questa esperienza nasce «**365 giorni per la sostenibilità**», **un piano realizzato** per rispondere alla crescente **necessità di dar voce alle iniziative di sostenibilità nel mondo dell'impresa**.



#1

INIZIAMO SUBITO

Analizziamo il contesto socio-culturale della sostenibilità in Italia.



SCENARIO

LA SOSTENIBILITÀ IN ITALIA

Un fattore che plasma le scelte d'acquisto!

Secondo il report "[Il Cittadino Consapevole: il valore del trust nelle scelte di consumo sostenibile](#)" di **Deloitte**, pubblicato a luglio 2024, più di **9 consumatori su 10** premiano la **trasparenza delle aziende** riguardo alle loro **strategie di sostenibilità**.

Proprio per questo **prodotti e servizi sostenibili** sono sempre più diffusi nel paniere degli italiani.

Negli ultimi sei mesi, poco più della metà degli intervistati ha dichiarato di averli **acquistati** e, rispetto all'anno precedente, per il **75% dei consumatori del campione** la tendenza è in aumento!

! Rimane presente però un 50% di consumatori che continua a non adottare pratiche sostenibili per mancanza di informazioni sufficienti.

Fonte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/it/Documents/about-deloitte/cs-cittadino-consapevole-trust.pdf>. Elaborazione dati a cura di Easy4green.



SCENARIO

IL POTERE DELLA FIDUCIA

40%

Degli **Italiani** afferma che la sostenibilità di un'azienda sia un elemento fondante della fiducia di un consumatore.

78%

Degli **Italiani** esprime maggiore **fiducia** verso i Brand che **condividono** e **comunicano** pubblicamente i propri obiettivi di sostenibilità.

IN SINTESI...

...le aziende sono percepite più credibili dei Governi!

Eh si, non lo sapevate?

Lo conferma l'**Edelman Trust Barometer**.

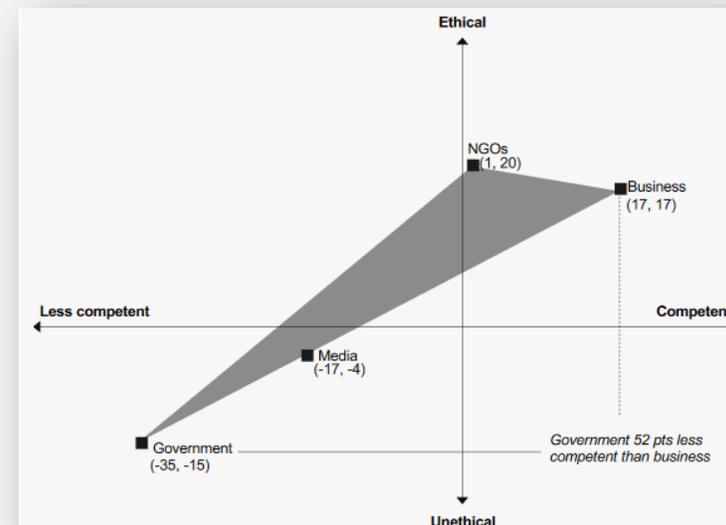
Secondo la ricerca riportata da *PDI Business of Sustainability Index*, il **91%** di ragazzi **appartenenti alla Gen Z** afferma di voler **comprare da aziende con comportamenti sostenibili e rispettosi dell'ambiente**. Inoltre, il **77%** della Gen Z afferma di essere disposto a **pagare di più** per prodotti o servizi sostenibili.

Contro il 72% dei Millennial, il 67% della GenX e il 62% appartenenti ai Baby Boomers.

È curioso scoprire come, anche focalizzandoci **sui più giovani** (GEN Z), l'attenzione per le scelte d'acquisto ricada su **fattori sociali e comportamenti etici dell'azienda stessa**.

Questo ve lo facciamo **raccontare** direttamente dagli **studenti** dell'**Università Cattolica del Sacro Cuore...**

EDELMAN TRUST BAROMETER (2024)



Le imprese sono le **prime responsabili** del **percepto** dei propri consumatori e vengono ritenute più **competenti** ed **etiche** rispetto ai **Governi** e rispetto ai **media**.

LA RICERCA

Degli studenti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

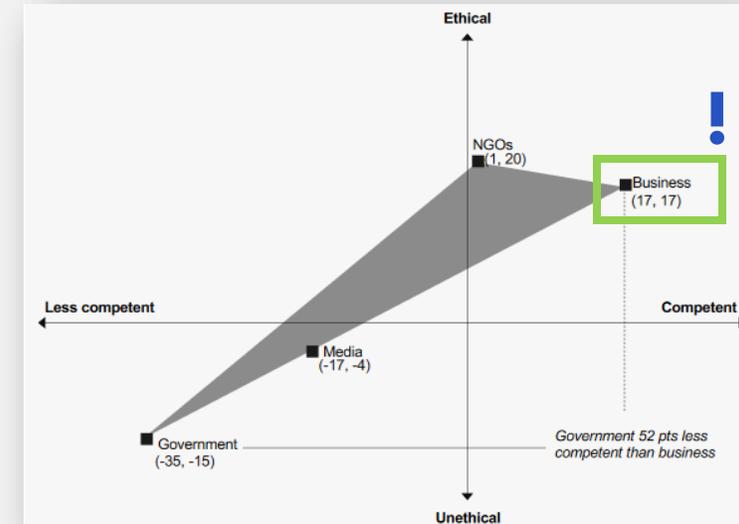
In collaborazione con gli studenti dell'**Università Cattolica di Milano** abbiamo svolto una ricerca per **indagare la relazione tra i giovanissimi consumatori italiani e la sostenibilità aziendale**.

I risultati hanno confermato quanto emerge dalle statistiche appena condivise nelle slide precedenti.

A fronte di un campione rappresentativo di oltre **1000 giovani italiani di fascia d'età compresa tra i 16 e i 27 anni** è emerso che...

Il 93,1% degli intervistati ritiene più affidabili le parole delle aziende, contro il **6.9%** che rimane fedele ai Governi.

Fonte: interviste condotte dagli studenti del Master Digital Communication Specialist dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Elaborazione dati a cura di Easy4green.



LE AZIENDE SONO VISTE COME VERE PORTATRICI DI CAMBIAMENTO!

LA RICERCA

Degli studenti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

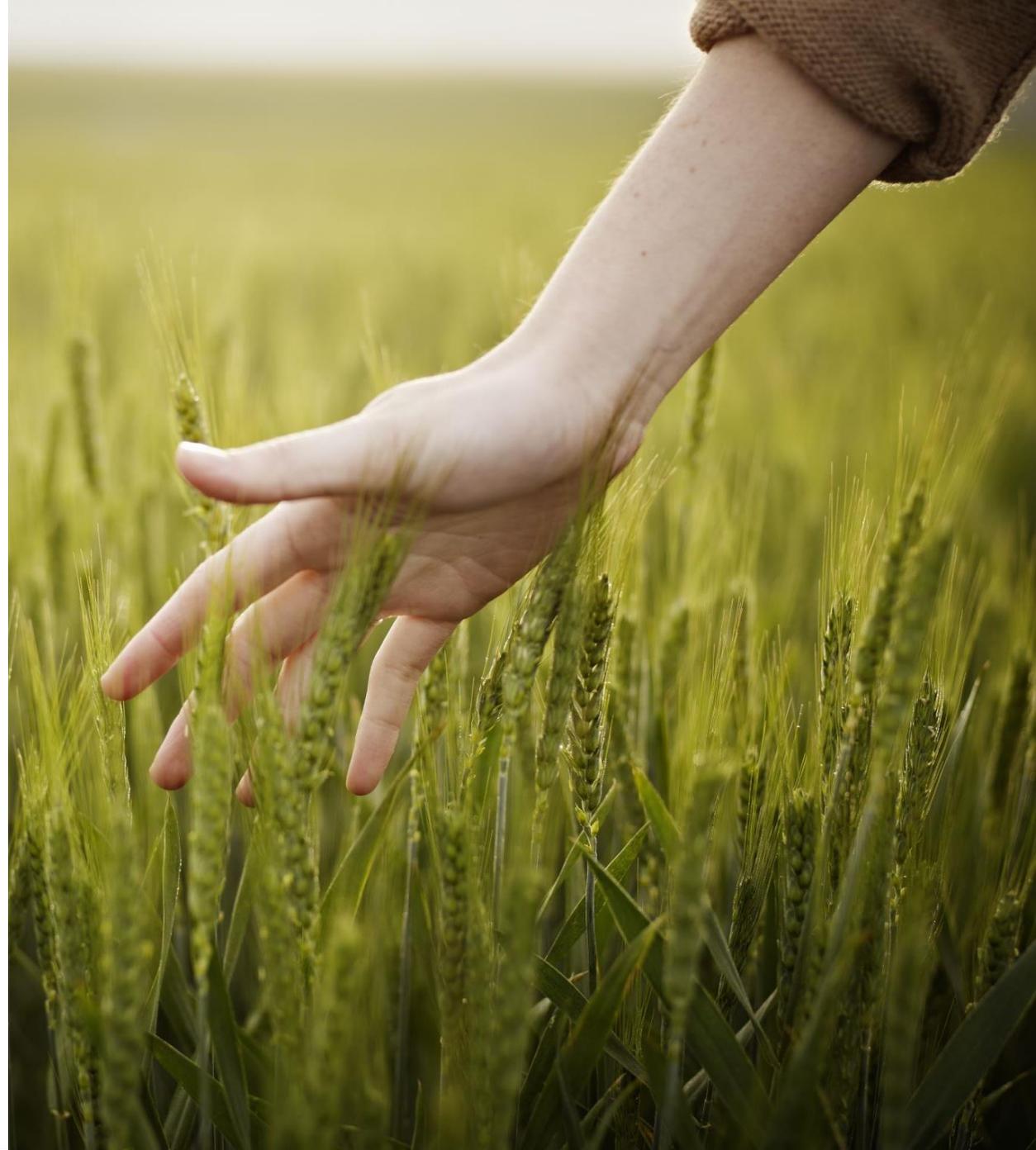
UNA FIDUCIA NON SOLO TEORICA!

Il **96%** degli intervistati considera la sostenibilità come una **questione cruciale**, oltre ogni altra problematica. Questa generazione è alla ricerca di **autenticità** e **trasparenza**.

La conferma arriva dal **91,3%** del campione: vedere **risultati concreti** (es. report di sostenibilità) delle aziende rafforza la **percezione positiva** di realtà sostenibile agli occhi dei giovani consumatori.

Per i ragazzi di oggi, la **sostenibilità aziendale** non si riflette solo su emissioni o consumi. In realtà significa soprattutto: **l'uguaglianza**, la **parità di genere**, il **rispetto dei diritti**, la **sicurezza**, la creazione di un **ambiente positivo** e **salutare** sul posto di lavoro.

Fonte: interviste condotte dagli studenti del Master Digital Communication Specialist dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Elaborazione dati a cura di Easy4green.



LA RICERCA

Degli studenti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore

UN VANTAGGIO COMPETITIVO!

Le aziende che scelgono di **comunicare la loro sostenibilità** non solo guadagnano la **fiducia** dei giovani, ma si posizionano anche come **leader del cambiamento**.

La **trasparenza** e l'azione visibile oltre ad essere apprezzate, diventano un potente **strumento di fidelizzazione del consumatore**.

I giovani, consapevoli e attenti, scelgono di supportare aziende che dimostrano un impegno concreto verso la sostenibilità, comunicandolo verso l'esterno: il **93%** del campione intervistato ritiene **essenziale che le aziende comunichino** i loro sforzi in modo **sincero, chiaro, accessibile e semplice**.

Fonte: interviste condotte dagli studenti del Master Digital Communication Specialist dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Elaborazione dati a cura di Easy4green.



...QUINDI?

Alla luce dei dati appena condivisi e del **contesto** analizzato è evidente come la **sostenibilità** sia diventata una **priorità per una grande fetta dei consumatori italiani**.

E sono i più **giovani** a dimostrare maggiore sensibilità al tema!

Per far fronte ai nuovi trend esistenti le aziende necessitano di una **strategia di comunicazione efficace e mirata**, capace di rafforzare la propria **reputazione** e **posizionarle** come **leader del cambiamento sostenibile**.

Investire in una comunicazione di sostenibilità ben strutturata non è quindi solamente una scelta etica, ma come mai prima d'ora un'**opportunità di business** per creare **legami forti e duraturi** con i propri pubblici.

Ma da dove cominciare? Con quale approccio? Attraverso quali strumenti?

Scopriamolo insieme!

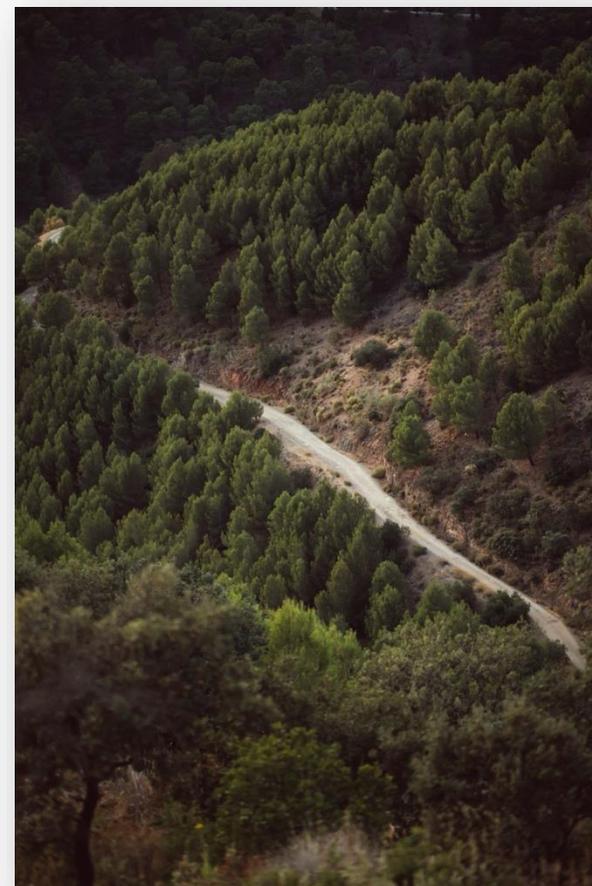
**«La terra su cui viviamo
non l'abbiamo ereditata dai nostri padri,
l'abbiamo presa in prestito dai nostri figli»**

Antico Proverbio Masai

#2

LA PROPOSTA T&C

Il nostro percorso di 365 giorni



GLI OBIETTIVI

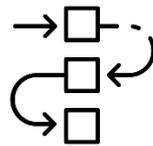
**Brand
Awareness**



Reputation



**Traffic
Generation**



**Lead
generation**



Loyalty



«**365** GIORNI PER LA
SOSTENIBILITÀ»

L'APPROCCIO STRATEGICO

Un'opportunità da **cogliere**

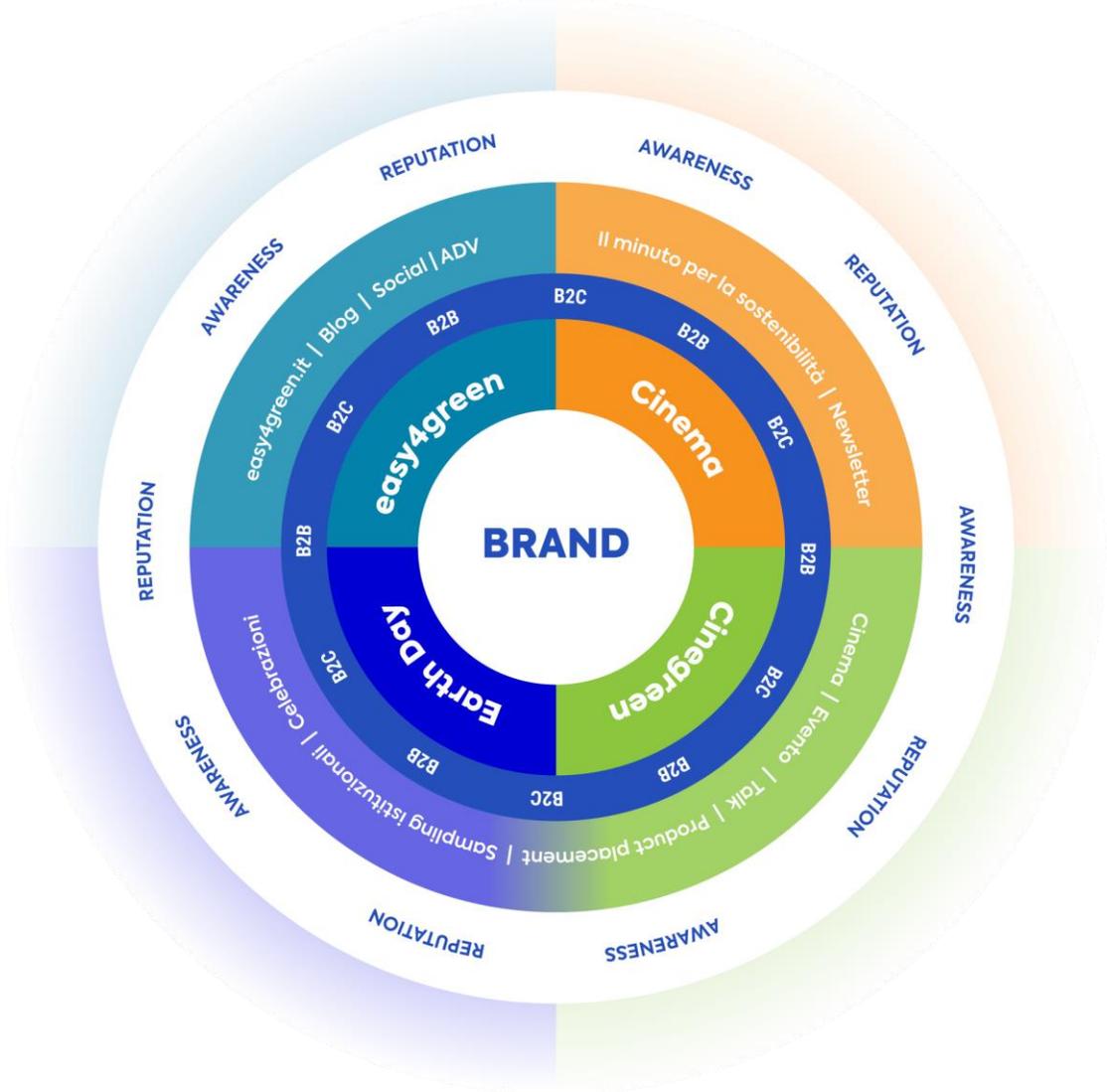
365 giorni per la sostenibilità è il nostro **percorso annuale** che permette alle aziende di raccontare il proprio impegno ambientale, sociale ed economico in modo **coerente, autentico e semplice**. Utilizzando una **strategia omnicanale** ci assicuriamo che i tuoi messaggi raggiungano i consumatori nei momenti giusti e nei luoghi giusti, favorendo una connessione genuina e duratura con i pubblici.

Questo approccio insieme alle iniziative di sostenibilità, se comunicate correttamente attraverso i nostri canali, diverranno un potente **strumento di fidelizzazione e crescita** per la tua impresa.

Ciascun messaggio condiviso avrà quindi l'obiettivo di **ispirare e coinvolgere**, dimostrando che l'azienda è parte della **soluzione**, non del problema!



T&C SUSTAINABILITY SYSTEM CANVAS



#3

I CANALI E GLI EVENTI

del mondo Technology & Communication





IL CANALE
easy4green



THE EASIEST WAY TO TALK ABOUT CORPORATE SUSTAINABILITY.



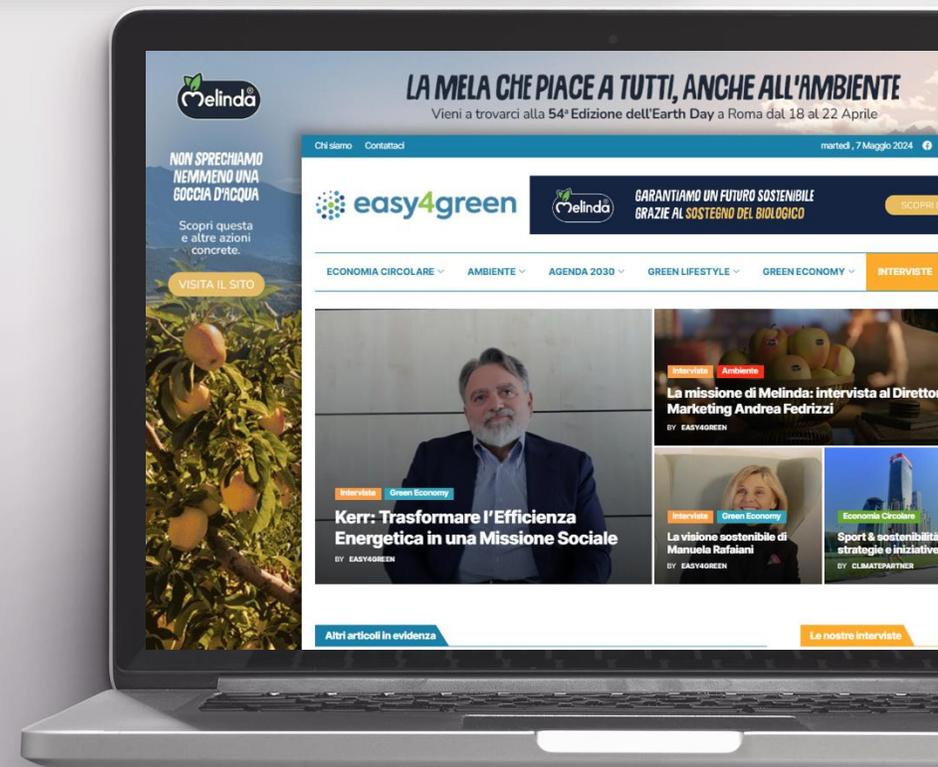
EASY4GREEN

IL PROGETTO

Easy4green è un ecosistema creato per rispondere a un importante quesito: **oggi i temi della sostenibilità aziendale e delle tematiche ad essa correlate, sono argomenti trattati in maniera semplice e comprensibile per tutti?**

Il nostro intento è quindi di diffondere **cultura** e **divulgare** contenuti in grado di spiegare in modo semplice le azioni compiute ogni giorno dalle imprese.

Ci proponiamo come strumento per le aziende che guardano alla sostenibilità come mezzo di crescita.

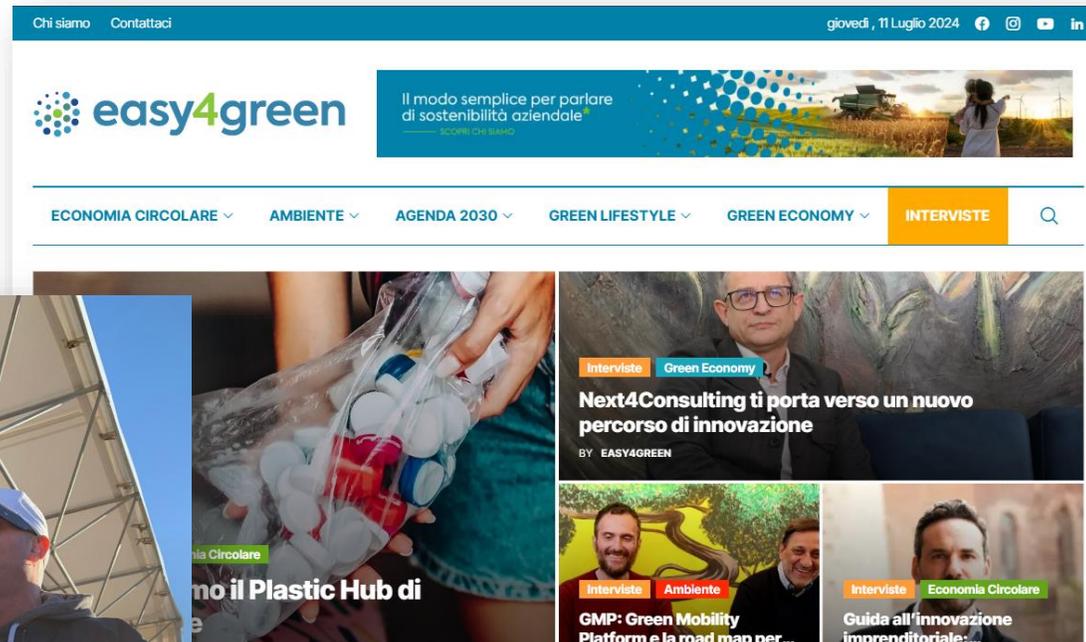


EASY4GREEN - ECOSISTEMA

INSTAGRAM



MAGAZINE



LINKEDIN

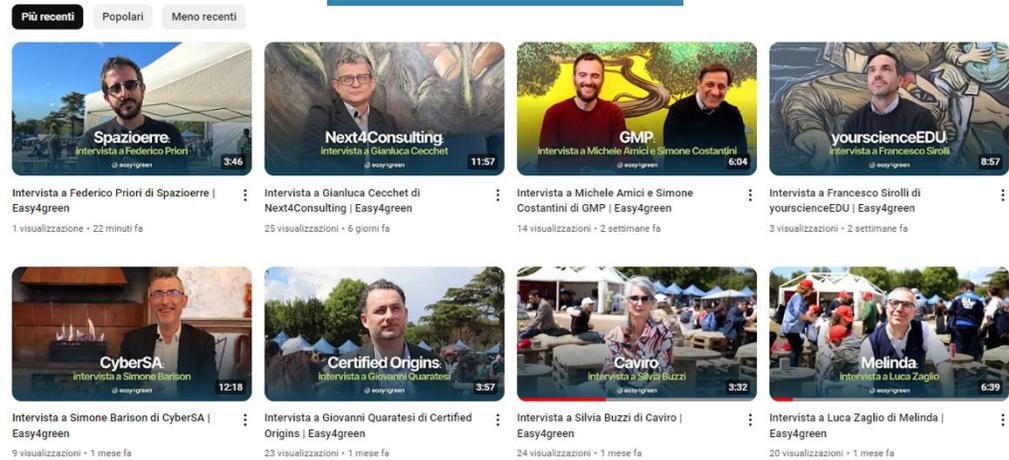


EASY4GREEN - ECOSISTEMA

FACEBOOK



YOUTUBE



Click per aprire la nostra
intervista ad Alice Pari
(Fondazione Cetacea).



IL CANALE: CINEMA
«UN MINUTO PER LA SOSTENIBILITÀ»
CINEVERSE - LA NEWSLETTER AL CINEMA

UN MINUTO PER LA SOSTENIBILITÀ

IL PROGETTO

Questo format nasce con l'intento di dare l'opportunità alle aziende di avere un luogo per poter **raccontare il proprio impegno verso la sostenibilità.**

All'interno dei cinema!

Perché il cinema?

Il cinema è il luogo ideale perché, oltre a catturare l'attenzione del pubblico in un **ambiente immersivo** e privo di distrazioni, rende il messaggio più memorabile attraverso un'esperienza visivamente **coinvolgente** e **divertente**.

Al cinema, prima all'interno dei foyer e poi seduti sulle poltrone, si crea un'atmosfera **positiva** e **rilassata**, favorendo una maggiore ritenzione del messaggio aziendale.

Easy4green avendo un **Tone Of Voice** molto **semplice** e **diretto**, ha calcolato come tempo perfetto per poter trasmettere il messaggio quello di **un minuto**.



UN MINUTO PER LA SOSTENIBILITÀ

FORMAT A: 17 Goals - SDG's

- Intro: presentazione progetto *un minuto per la sostenibilità*
- Easy4green presenta: *Goal SDG's riferito all'azienda*
- Messa in onda del *video / infografica* o dei *filmati girati ad hoc*
- Outro: *pay off Easy4green* e *CTA con invito a visitare il sito per approfondire l'iniziativa*



UN MINUTO PER LA SOSTENIBILITÀ

FORMAT B: Brand Tips

- Intro: presentazione progetto *un minuto per la sostenibilità*
- Easy4green presenta: **Brand protagonista e relativo progetto/comportamento**
- Messa in onda della *video intervista* o dei *filmati girati ad hoc*
- Outro: **pay off Easy4green** e **CTA con invito a visitare il sito per approfondire l'iniziativa**

 UN MINUTO PER
LA SOSTENIBILITÀ

 easy4green
presenta

Logo Brand 1



Tips



IL MODO SEMPLICE PER PARLARE
DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALE

Visita il sito
[easy4green.it](https://www.easy4green.it)

 easy4green

DEM-AGAZINE CINEVERSE

IL PROGETTO

Oggi, in Italia, **un terzo dei biglietti cinematografici viene acquistato online**, con una media di 3 biglietti per cliente. Questa tendenza è in crescita costante, gli utenti scelgono di prenotare o pre-acquistare i biglietti, evitando code e disagi.

Per tali ragioni disponiamo di un **database** di circa **3 milioni di utenti contattabili** ai fini di marketing.

In questo scenario, assieme al nostro partner **Echo**, proponiamo «**Cineverse**» una **newsletter settimanale**, di taglio sia **editoriale** che **promozionale** che ricorre ogni giovedì e che raggiunge **1 milione di utenti selezionati** tra i più attivi del database.



DEM-AGAZINE CINEVERSE

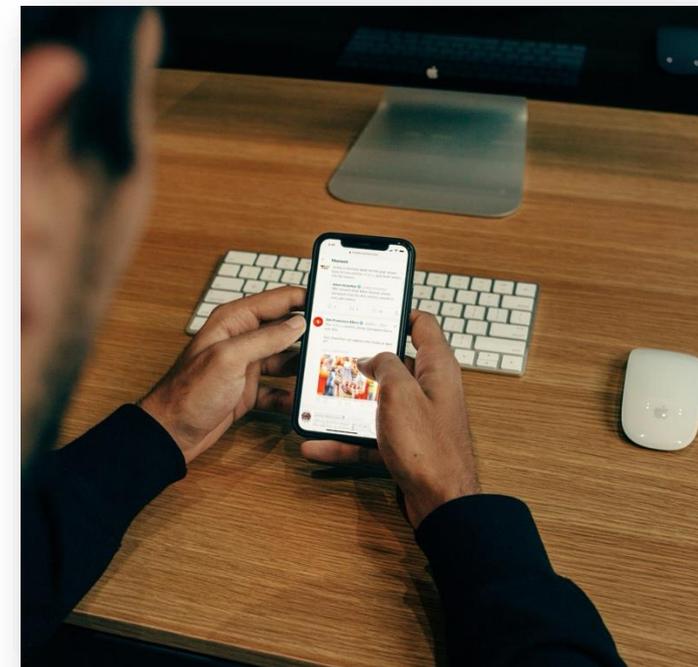
IL PROGETTO

All'interno della newsletter settimanale sarà presente una rubrica **Easy4green** dedicata al mondo della **sostenibilità**.

All'interno di questo spazio, voi aziende avrete l'occasione di raccontare le vostre iniziative ad un pubblico ampio e «**click-ready**».

Uscendo il giovedì la newsletter contiene gli aggiornamenti per l'imminente weekend e mantiene la seguente **struttura**:

1. Film in uscita o in programmazione;
2. Curiosità dal mondo del cinema;
- 3. Spazi promozionali (banner top);**
- 4. Spazi promozionali (banner editoriale);**
5. Trailer dei film in uscita;
- 6. Spazi promozionali (banner anteprime);**
7. Coming soon e curiosità sui film in uscita.



DEM-AGAZINE CINEVERSE

I POSIZIONAMENTI DISPONIBILI

Se questi film sono troppo spaventosi per te, magari preferisci un film adatto a tutta la famiglia per Halloween allora:

Five Nights at Freddy's
Sapevate che Lui e Sofi avevano già incontrato il Conte Dracula?

CS: Se questi film sono troppo per te, magari preferisci vedere un thriller o andare al cinema con la famiglia per Halloween allora:

Me Contro Te Il Film - Vacanze
in Transilvania
Sapevate che Lui e Sofi avevano già incontrato il Conte Dracula?

INCONTRI E MASTERCLASS CON GRANDI STAR E MAESTRI DEL CINEMA

MANETTI BROS. FEDERICO ZAMPAGLIONE
DARIO ARMENTO DARIO MOICCIA

FFF 24-26 NOVEMBRE - AUDITORIUM @ MILANO GAMES WEEK & CARTOONICS

Roma invasa dai fan di Mare Fuori
Una folla così non si era mai vista!

Leggi di piu

La Festa del Cinema 2023
Scopri chi sono i vincitori di questa edizione.

Leggi di piu

BANNER TOP

BANNER EDITORIALE

L'INGRESSO AL FANTASTICON FILM FEST È INCLUSO NEL BIGLIETTO DI MILAN GAMESWEEK&CARTOONICS.
SOLO PER I NOSTRI ISCRITTI
INGRESSO A PREZZO RIDOTTO 23€ INVECE DI 30€
CLICCA SUL CODICE SCONTO A TE RISERVATO

CODICE SCONTO
24-26 NOVEMBRE
FIERA MILANO RHO

I Trailer
di questa settimana

Anatre in vacanza nel nuovo film Illumination, e si ride parecchio!

ScreenWEEK e Comingsoon
consigliano

The Killer
L'atteso film di David Fincher con Michael Fassbender arriverà presto su Netflix.
Guarda il trailer!

Thanksgiving
Un giorno del ringraziamento così non lo avete mai visto!
Guarda il trailer!

BANNER ANTEPRIME

Trolls 3

YAMAHA
Motor Power

I Cheri della Musica e dell'Amore!

VOTA LA TUA CANZONE PREFERITA PARTECIPA AL CONCORSO E VINCI

VIA SU VINCICONTROLLS.IT

Prossimamente al cinema

Five Nights at Freddy's Debutto col botto nel mondo, cosa dobbiamo aspettarci? Leggi tutto!	Biancaneve Slitta di un anno l'uscita del live-action ma almeno abbiamo un'immagine! Leggi tutto!
Henry Cavill diventa immortale! Sarà lui il protagonista del remake di Highlander Leggi tutto!	I limoni d'inverno I limoni d'inverno Christian De Sica parla del film in cui è stato se stesso Leggi tutto!

Quote della settimana

"CIAO, AMANDA, TU NON MI CONOSCI, MA IO CONOSCO TE. VOGLIO FARE UN GIOCO..."

Dal film Saw - L'enigmista, 2004
Diretto da James Wan

GLI EVENTI



L'EVENTO:
cinegreen
Il cinema che racconta la sostenibilità

CINEGREEN

Dal 25 al 27 settembre 2024

In occasione della **Milano Green Week**, la più importante manifestazione milanese di eventi legati alle tematiche della sostenibilità si svolge **Cinegreen**.

Attraverso un'attività multimediale e **per mezzo della potenza del grande schermo cinematografico diamo voce alle aziende**, attraverso **esperienze, sfide e successi**.

Nella prestigiosa cornice dello storico **cinema Gloria**, il nostro appuntamento, suddiviso in **tre giorni di incontri, dibattiti, testimonianze e proiezioni** vuole dare visibilità ad esempi di **imprenditoria virtuosa**.

cinegreen
Il cinema che racconta la sostenibilità

La **Milano Green Week** permette di raccontare l'impegno di cittadini, associazioni ed enti, da un punto di vista ambientale e del benessere delle persone.

La città come laboratorio della transizione ecologica.



L'EVENTO:
EARTH DAY ITALIA

EARTH DAY ITALIA

L'EVENTO

Earth Day Italia è l'organizzazione italiana dell'Earth Day Network di Washington che da più di 50 anni, il 22 aprile, celebra la Giornata Mondiale della Terra nei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, arrivando a coinvolgere **2 miliardi di persone attraverso l'opera di 75mila partner.**

Anche in Italia **l'Earth Day** rappresenta **il più impattante evento di sensibilizzazione alla tutela del Pianeta**, registrando picchi di visibilità mediatica **che superano 200 milioni di impression** e coinvolgendo nei propri eventi celebrativi **oltre 300mila visitatori.**

Earth Day *Italia*



VILLAGGIO PER LA TERRA

Il **Villaggio per la Terra** si svolge nei giorni precedenti il 22 aprile di ogni anno presso la storica location del **Galoppatoio di Villa Borghese** e della **Terrazza del Pincio**.

Dall'edizione 2024 abbiamo aggiunto la Casa del Cinema in Villa Borghese, sede di importanti convegni, talk show ed incontri dedicati alle tematiche relative all'economia d'impatto, all'innovazione ed allo sviluppo sostenibile.

L'impegno del Villaggio per la Terra si pone l'obiettivo di costruire la **collaborazione** e il **dialogo** tra tutte le realtà.

Nel corso della manifestazione ogni **partner** potrà incontrare il suo **potenziale pubblico** presso lo stand che gli sarà dedicato nell'area a lui più «conveniente».



IL 22 APRILE

La giornata conclusiva

La giornata celebrativa della terra si articola in due eventi nell'esclusiva location della **Nuvola di Fuksas**, situata nel moderno quartiere di **Roma EUR**.

- Il **OnePeopleOnePlanet** con 14 ore di diretta televisiva trasmesse live su RaiPlay ed Earthday.it e in differita su Vaticannews.va; Spettacoli, Talk Show, Testimonianze Internazionali, Premi, Documentari, Format televisivi, Collegamenti internazionali.
- Lo storico **Concerto per la Terra** di Earth Day Italia, realizzato nell'ultimo anno con gli artisti Ambassador: Arisa, Tommaso Paradiso, Ermal Meta e Leo Gassmann.

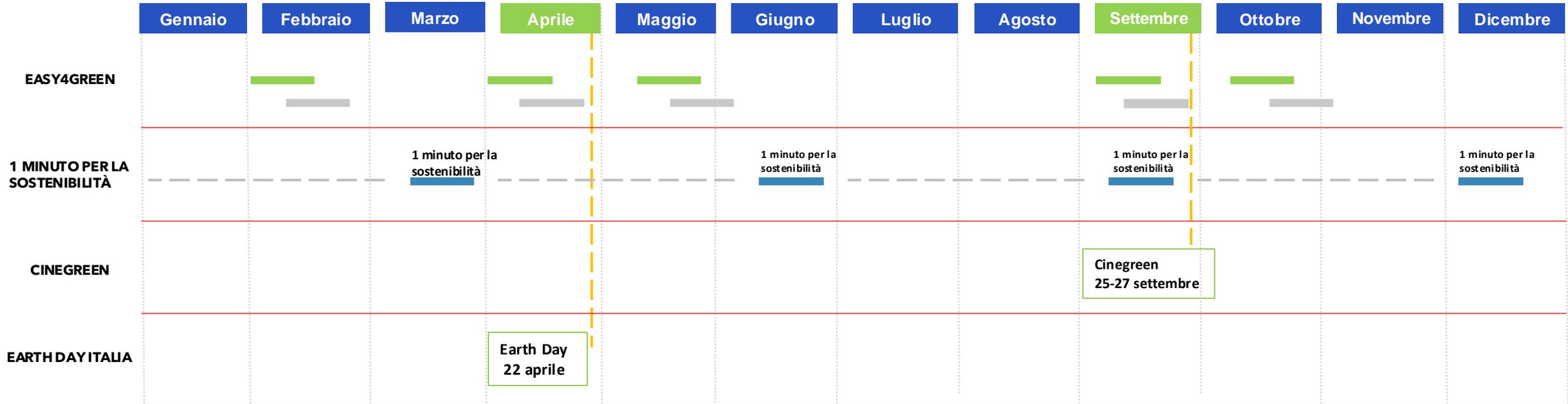
Ogni azienda ha modo di fare valere la propria presenza e di strutturare la diffusione di messaggi di comunicazione.



TIMELINE

I TOUCHPOINT DEL PROGETTO

TIMELINE - TOUCHPOINT DEL PROGETTO



LEGENDA

- Articoli Easy4green
- Declinazione social Easy4green
- Attivazioni al Cinema
- Eventi sul territorio

GRAZIE!

Dati e strategie elaborati da



TELEFONO

(+39) 347 8858211

E-MAIL

mlangs@tec-com.it
marketing@tec-com.it

SITO

tec-com.it