



Lo spazio che ADV dedica ai propri lettori per prendersi una pausa, informarsi, interagire.

Scrivete a: redazione@advertiser.it

NO PROFIT

Yes yes yes to safe sex campaign 2009

Un dato allarmante: più di metà dei 3000 nuovi casi al giorno di malati di Aids nel mondo coinvolgono giovani tra i 15 e i 24 anni.

È per questo che The Body Shop e Mtv Networks International lanciano una nuova campagna per raccogliere fondi a favore di Staying Alive Foundation, l'associazione di MTV che attraverso i suoi programmi sociali promuove la lotta all'Aids e alla discriminazione verso i malati del virus Hiv.

La collaborazione tra Body Shop e MTV Network non è una novità. Negli ultimi due anni le due società hanno sostenuto altre campagne e insieme hanno raccolto più di 1 milione di euro a favore di Staying Alive Foundation che, con questi fondi, ha contribuito a diffondere la cultura della prevenzione tra i giovani educandoli ai rischi di questa malattia e promuovendo comportamenti consapevoli.

La campagna "yes yes yes to safe sex" è partita il 23 marzo con la messa in vendita di un esclusivo lip butter al costo di 7 euro in tutti i punti vendita The Body Shop e con la programmazione su tutti i canali di Mtv Network International della campagna pubblicitaria che andrà in onda in 160 paesi e in 32 lingue diverse. Tutto il ricavato della vendita di ogni Tantalizing lip butter verrà devoluto a Staying Alive Foundation. Informazioni su www.yestosafesex.com

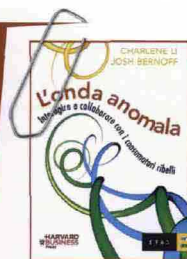


WEEKEND

CERES4ART

Ceres promuove la seconda edizione di Ceres4art, l'evento d'arte giovane che apre i battenti giovedì 2 aprile a Milano presso la MyOwnGallery, in via Tortona.

Ceres4art è una competizione artistica che coinvolge ogni anno venti giovani artisti emergenti, chiamati con le loro opere a interpretare e rielaborare il mondo Ceres e a contendersi, infine, il titolo di Artista Ceres dell'Anno. La mostra rimarrà aperta al pubblico per una settimana, dal 2 al 9 aprile. Dalla galleria d'arte, Ceres4art sarà trasferita sul web: l'Artista Ceres dell'Anno potrà così essere votato con un concorso online, che darà modo agli utenti registrati al sito www.ceres.com di scegliere la loro opera preferita (in palio per tutti coloro che giocheranno ci sarà "una Ceres per un anno") e contribuire all'elezione finale del migliore emergente. Per questa edizione di Ceres4art, l'opera dell'artista che più di tutti avrà saputo ricreare l'originale atmosfera che caratterizza il mondo Ceres - il mondo della vita vissuta intensamente - sarà votata anche da una giuria di esperti.



L'ONDA ANOMALA di Charlene Li e Josh Bernoff
Pagine 273
€ 23,00

Letto per voi

In questo momento qualcuno sta commentando i vostri prodotti su un blog, tagliuzzando i vostri spot su YouTube, aggiornando su Wikipedia la definizione della vostra azienda o cercando alleati contro di voi su qualche sito di social networking. Che cosa pensate di fare per non essere spazzati via?

Un'onda anomala corre sul web: quella dei consumatori che sovvertono le regole del marketing, si ribellano alle prassi consolidate e pretendono di interagire con le aziende, di influire sulle loro decisioni. Creatori, critici, collezionisti, socievoli, spettatori, inattivi, usano le nuove tecnologie - blog, wiki, forum, social network e molto altro - per procurarsi ciò di cui hanno bisogno, criticare, assemblare, raccomandare e, in ultima analisi,

modificare prodotti e mercati. Frutto del lavoro di analisi di una delle maggiori società di ricerche di mercato al mondo, "L'onda anomala" pone l'attenzione sul mondo aziendale, che ormai ha colto l'importanza della trasformazione della wkinomics, ma ancora non sa come interagire con i consumatori "ribelli" e in che modo cambiare le proprie strategie per non restare indietro. Con un ricco corredo di storie aziendali emblematiche - da Procter & Gamble, a Dell, a Best Buy e molte altre punti interessanti e consigli immediatamente traducibili in azione, gli autori aggiornano in modo chiaro manager e imprenditori sulle nuove frontiere della rete e indicano la strada per sfruttare al meglio i più attuali canali di comunicazione con il mercato.