**Coltiva il tuo sogno: ING Bank**

Challenge

O que a geração entre 30 e 40 anos, hiperconectada e consciente de seu consumo, procura em um banco? Como o ING Bank pode se transformar na referência em poupança para essa geração e seus filhos? Tornando-se a marca top of mind para crianças da escola primária e suas famílias, com foco nos valores do banco e em suas atividades de responsabilidade social.

Inspiration

Poupar não significa desistir de alguma coisa, mas planejar agora para atingir um objetivo depois. O ING Bank promove seus valores com um projeto que vai além da tradicional esfera das atividades de responsabilidade social corporativa e inaugura um novo território de comunicação baseado no conceito de valor compartilhado comum.

Experience

Em 7 anos de atividade, o projeto chegou a 55% das escolas primárias italianas. As crianças envolvidas recebem kits contendo cartões e cadernos, têm acesso a um site educativo com jogos e informações para as famílias e participam de um concurso que premia escolas com ferramentas pedagógicas inovadoras. Para completar, mais de 100 funcionários da empresa atuam como embaixadores e se tornam “professores por um dia” em oficinas sobre programação. O projeto responde tanto à demanda de empoderamento e formação dos investidores do futuro, quanto aos objetivos de comunicação institucional e interna, tendo recebido o apoio de diversas organizações italianas.

26.000 kits distribuídos

10.000 escolas

650.000 estudantes envolvidos

130.000 euros doados ao UNICEF

Kit

Uma caixa colorida cheia de jogos educativos sobre a importância de cultivar os próprios sonhos desde a infância, com manual, materiais para as famílias e um cartão sobre a participação no concurso.

Na sala de aula

Nas escolas, as crianças ouvem histórias reais contadas por um grupo selecionado de embaixadores da marca.

Em casa

No final do percurso, cada criança leva para casa recursos para compartilhar a força criativa da economia (sementes de abóbora, álbum, jogos digitais). Afinal, uma parte importante do projeto é a solidariedade, concretizada por meio da doação de recursos financeiros ao UNICEF para a alfabetização em países pobres.

Impressos

Eventos

Digital

**Dixan per la scuola: Dixan**

Challenge

Que novas formas podemos usar para lembrar as mães das virtudes de uma marca como a Dixan? Todas as estratégias já foram testadas? Talvez as mães possam ser alcançadas de um jeito surpreendente se os filhos delas estiverem envolvidos em um projeto capaz de fazer a diferença na vida das pessoas.

Inspiration

Quantas vidas uma roupa pode ter? Às vezes esquecemos roupas que não usamos mais no fundo do guarda-roupa. Se as deixamos lá, estamos privando uma outra pessoa de usufruir de uma roupa que pode ser muito útil para ela. O projeto Dixan Per La Scuola, realizado nas salas de aula italianas desde 2000, aborda essa questão.

Experience

"Mettiti nei miei panni – Usati, lavati, donati" mostra às crianças das escolas italianas a importância da solidariedade, ao mesmo tempo em que permite às mães testar gratuitamente o detergente Dixan.

21 cidades envolvidas

7.000 kgs de roupas doadas

31.500 famílias envolvidas

105 escolas envolvidas

Em casa

O projeto é apresentado nas salas de aula pelo Professor Dix, um personagem divertido que personifica os valores da marca. O Professor Dix dá aos estudantes uma sacola de lavanderia com um livro ilustrado que conta a história das “roupas perdidas” e uma amostra de Dixan. As mães das crianças são convidadas a utilizar o produto para lavar as roupas velhas que seus filhos não usam mais e depois colocá-las na sacola para doação.

Na escola

São as próprias crianças que trazem a sacola de volta à escola, cheia de roupas para doar, e as deixam em um caixote. As roupas são encaminhadas a uma associação que trabalha com crianças em situação de emergência ou abandono hospedadas em abrigos e casas de acolhimento.

**PlayEnergy: Enel**

Challenge

Difundir a cultura do cuidado com o meio ambiente e do consumo inteligente, especialmente entre as novas gerações, é um compromisso que a Enel assumiu consciente de sua própria responsabilidade como líder internacional na produção de energia de fontes renováveis.

Inspiration

Conhecimento é poder. Por isso, é melhor basear nossas escolhas de vida em informações precisas, fatos concretos e opiniões de especialistas. A Enel atua em escolas de 10 países como fornecedora da energia mais importante: o conhecimento – conhecimento sobre tudo que tem a ver com a situação energética mundial, os recursos e o consumo inteligente e responsável.

Experience

Envolver estudantes e professores em um percurso educacional que explora os grandes temas da energia e da sustentabilidade, os conecta à ciência e à tecnologia e apresenta a energia como um dos principais motores do desenvolvimento e do crescimento das nações.

12.767 kits

431.000 estudantes envolvidos

3.884 trabalhos inscritos

10 países envolvidos

Kit

Percursos temáticos exploram os locais do cotidiano a partir da perspectiva da eletricidade. Curiosidades, infográficos, tabelas e conteúdos interessantes sugerem atividades práticas para realizar na escola e ideias que podem se transformar em projetos para inscrever no concurso.

Site

O site, com versões em diversas línguas e áreas dedicadas a professores e estudantes, é um espaço adicional para aprender sobre o uso responsável de energia. Ele traz informações e curiosidades sobre o mundo da energia, textos e conteúdos de apoio para as atividades didáticas e um quiz online que desafia os estudantes sobre os temas do projeto.

Passeios e encontros presenciais

São realizados encontros presenciais com os especialistas Enel e visitas a usinas de geração de energia para que os estudantes conheçam de perto as mais avançadas soluções tecnológicas voltadas à produção de eletricidade.

**Volley TIM Cup: TIM**

Challenge

Criar uma comunidade ativa, capaz de promover o contato entre atletas profissionais de vôlei da Itália e jovens atletas que participam de campeonatos amadores e, ao mesmo tempo, combater o cyberbullying nas escolas.

Inspiration

Os valores do esporte, e do vôlei em particular – trabalho de equipe em torno de uma rede –, estão no centro da identidade da TIM e do seu jeito de se comunicar com as novas gerações. Além disso, a internet é o espaço de encontro e de compartilhamento de experiências, relatos do dia a dia, imagens e emoções dos jovens.

Experience

Uma iniciativa dirigida a jovens de até 16 anos realizada nos mesmos locais em que as equipes de vôlei feminino da série A1 da Itália treinam. O projeto também se desenvolve nos locais onde os jovens se reúnem e interagem todos os dias: escolas, academias, quadras. A iniciativa inclui reuniões ao vivo, torneios de vôlei e um portal interativo.

1.600.000 impressões no Facebook

2.000 posts no Instagram

144 times

2.300 jovens jogadoras

Ginásios e conversas

A importância de encontrar os ídolos: as atletas profissionais de vôlei visitam os ginásios e compartilham momentos de interação e de treinamento com as meninas.

Na escola

Depois dos jogos, o conteúdo: com a contribuição de psicoterapeutas e especialistas em novas tecnologias, são realizadas discussões de etiqueta na internet, cyberbullying e questões importantes para não ter surpresas desagradáveis na web.

Instagram

As redes sociais, e o Instagram em particular, são exploradas ao máximo para relatar os encontros entre as atletas profissionais e as amadoras. Essa ação deu origem a um ecossistema digital usado hoje por todos os times da liga principal para se comunicar com os torcedores e falar dos valores do esporte.

O site

Em www.volleytimcup.it, as jovens atletas e as profissionais disputam para saber quem será o time mais curtido. O portal reúne fotos postadas no Instagram e usa imagens e vídeos para contar como foram os encontros na escola e nos clubes e os principais momentos dos torneios.

**Together in EXPO 2015: MIUR**

Challenge

A Exposição Mundial – EXPO é um evento global, mas nem todos recebem sua mensagem com a mesma potência. Junto ao Ministério da Educação da Itália, universidades e centros de pesquisa, o projeto busca disseminar nas escolas a semente da mensagem “Alimentando o planeta, energia para a vida”, tema da EXPO Milão 2015.

Inspiration

Unir, educar, informar e, ao mesmo tempo, se divertir. O projeto Together in Expo interpreta as questões da alimentação e da nossa responsabilidade em relação ao planeta por meio da gamificação para interessar e entusiasmar os mais jovens.

Experience

Together in Expo é uma iniciativa que envolve escolas de diversos países simultaneamente. Ao longo do percurso, as crianças descobrem, de forma divertida e colaborativa, as muitas maneiras pelas quais nós podemos cuidar do nosso planeta.

450.000 pageviews

100 missões realizadas

60 países envolvidos

17.000 posts no Instagram

Visitas à Expo Milão 2015

A EXPO é uma grande oportunidade para as crianças conhecerem um evento internacional. A visita permite a cada estudante conhecer e se aprofundar nos temas da sustentabilidade alimentar e ambiental, além de viver uma experiência de compartilhamento dos saberes do mundo sobre alimentos.

Site

O site internacional traz missões e convida as escolas a se organizar em times para fazer as atividades e alcançar os objetivos em conjunto.

Instagram

De todas redes sociais do projeto, o Instagram é a mais popular.

Facebook

Uma comunidade digital internacional para escolas, com materiais didáticos, informações e histórias sobre os percursos temáticos da EXPO Milão 2015. Um espaço para envolver os estudantes e garantir que, por meio de jogos, quizes e atividades para se inspirar, eles superem os limites e diferenças e desenhem juntos uma cultura alimentar sustentável.

**Frutta nelle scuole: MIPAAF**

Challenge

Na Europa, uma regulamentação seleciona os melhores distribuidores de frutas para abastecerem escolas. Mas todo mundo sabe que as crianças nem sempre gostam das frutas. É preciso encontrar uma forma de ensinar os estudantes a fazerem escolhas melhores, não só informando sobre a importância de uma dieta saudável, mas também tornando as mais frutas atrativas para eles.

Inspiration

Jovens, especialmente nas cidades, têm cada vez menos oportunidades para ficar em contato com a natureza e aprender a amar seus ritmos e sua beleza. Com o projeto Frutta Nelle Scuole, a fruta se torna um símbolo de uma vida mais saudável e autêntica.

Experience

Quem disse que as melhores coisas da vida não são saudáveis? O projeto Frutta Nelle Scuole oferece às crianças uma oportunidade para experimentar um estilo de vida que é gostoso, colorido... e que faz bem.

2.200 eventos

4.000 escolas envolvidas

250.000 pageviews

684.000 crianças envolvidas

Na escola

O projeto realiza centenas de workshops em escolas de toda a Itália com o apoio de artistas e consultores para incentivar nas crianças o gosto pelas frutas.

Site

O site benessereacolori.it fornece aos alunos e professores uma série de materiais: jogos multimídia, conteúdos desenvolvidos por especialistas, um espaço sobre nutrição e outros elementos para informar e engajar de forma divertida.

Jogos online

Uma seção com jogos interativos, que leva as crianças por uma série de propostas lúdicas, por meio das quais elas exploram, conhecem e selecionam escolhas saudáveis, mas, acima de tudo, aprendem enquanto se divertem.

Facebook

A página no Facebook é gerenciada por uma mãe blogueira, que, com o apoio de uma nutricionista, interage com a comunidade oferecendo conhecimento e conselhos importantes sobre a alimentação das crianças.

**Acteen - Piacersi a pelle: BioNike**

Challenge

É possível para uma empresa farmacêutica com mais de 70 anos de história se inserir na vida do público mais cético, inseguro e hiperconectado que existe... os adolescentes?

Inspiration

BioNike entra não só nas escolas secundárias mas também no mundo digital dos jovens, entre smartphones e rede sociais. Abordando os temas da criatividade, autoestima e compartilhamento, BioNike fala a linguagem dos jovens e se torna uma referência em conhecimento e prevenção de problemas de pele comuns entre adolescentes.

Experience

2014 foi o ano da selfie e 2015 não foi diferente. Com o projeto Acteen – Piacersi a pelle, BioNike permite aos jovens reavaliar a importância de ter um relacionamento saudável consigo mesmos, com seus corpos e suas imagens, sem paternalismo.

6.500 downloads do aplicativo

100% das escolas secundárias da Itália

Kit

Uma ferramenta multidisciplinar distribuída nas escolas e que fala sobre saúde e bem-estar por meio do conhecimento, do cuidado e da autovalorização.

**Coca-Cola Cup: Mettiti in gioco**

Challenge

Promover a integração das diferenças e um modelo de vida mais saudável, ativo e sustentável, em sinergia com os valores do esporte e, em particular, do futebol, envolvendo meninos e meninas de 14 a 16 anos de escolas secundárias de diversas regiões da Itália.

Inspiration

Não há felicidade como aquela garantida por um estilo de vida saudável, ativo e sustentável, e não há esporte que traduza tão bem esses valores como o futebol. O projeto Coca-Cola Cup é, para os meninos e meninas italianos, um pontapé inicial em direção a uma vida bem conduzida.

Experience

A iniciativa Coca-Cola Cup promove uma atividade de futebol combinada a um percurso didático em sala de aula para incentivar, nos jovens, nas famílias e nas comunidades, um estilo de vida saudável, ativo e sustentável. Os jovens participam, por meio do projeto, de uma série de desafios didáticos, esportivos e educativos.

150.930 estudantes envolvidos

5 regiões da Itália

1.800 escolas

Kit

No kit, as escolas, professores, estudantes e famílias encontram guias didáticos, materiais informativos sobre o trabalho da Coca-Cola, cartazes e os documentos para participar do concurso.

Materiais para os jovens

Os estudantes recebem materiais focados nos diversos temas dos projetos: calendários, faixas para torcer pelo seu time, sacolas para separar o lixo etc.

Torneio Coca-Cola Cup

O torneio começa com competições internas nas escolas. Depois, os melhores times jogam com os outros times da sua região e por último, com os times das outras regiões envolvidas no projeto.