

INIZIATIVA WEB REALIZZATA DA MARKETING MULTIMEDIA PER COMIECO

## Con il riciclo si può vincere, anche via Facebook

TRA LE ATTIVITÀ TEST INTERATTIVO, MINISITO DEDICATO, CONTEST E INTEGRAZIONE CON IL SOCIAL NETWORK

Coinvolgere quante più persone possibili sul tema dell'ambiente e del riciclo in modo divertente, responsabile e originale. Questa la richiesta che **Comieco** (Concorso Nazionale Recupero Riciclo degli Imballaggi a base Cellulosica) ha fatto a **Marketing Multimedia**, che ha risposto prima dell'estate con la messa online del test "Quanto pesa la tua impronta ecologica?", e dal 15 settembre con il concorso a premi "Vinci col riciclo" che mette in palio un weekend in agriturismo e complementi d'arredo realizzati in cartone riciclato. Il progetto è stato così struttura-



La pagina dedicata su Facebook

to: la prima fase è partita a luglio su **Facebook** con il test interattivo "Quanto pesa la tua impronta ecologica?" realizzato in Flash e la fan page **VinciColRiciclo** ([www.facebook.com/vincicolriciclo](http://www.facebook.com/vincicolriciclo)). Il risultato del test è un'impronta pubblicabile sul profilo dell'uten-

te. Da luglio all'avvio del concorso, da Facebook gli utenti sono stati indirizzati alla home page del concorso per lasciare la propria e-mail ed essere avvisati dell'avvio della competizione. In pochi giorni i fan di Vinci col riciclo hanno toccato quota 900. La seconda fase, partita il 15 settembre, vede la messa online del concorso [www.vincicolriciclo.it](http://www.vincicolriciclo.it) realizzata su piattaforma **mWeb Pro**, in cui vengono erogate 2 tipi di prove: quiz a risposta multipla e partecipazione a eventi **Comieco** sul territorio. La piattaforma integra in modo innovativo Facebook **Connect**, riconoscendo gli utenti provenienti dal so-

cial network e già "fan" di **Comieco** e permettendo di aggiungere i risultati delle prove effettuate sul proprio profilo. Marketing Multimedia ha ideato e sviluppato il progetto nella sua totalità, in particolare nella ideazione e sviluppo del concept anche in termini grafici, nella realizzazione della piattaforma e conseguente integrazione con Fb, nello sviluppo delle cartoline eventi e della campagna adv. Questi alcuni dati dell'iniziativa: 4.700 accessi al sito nella prima settimana, 900 utenti registrati al concorso di cui 25% provenienti da Facebook e 967 Fan della pagina sul sito.

