

**PRIMO  
CLASSIFICATO**

WORK  
PAOLA VIVALDI

# Il primo Vivaldi

Questo progetto parte da un presupposto: la sostenibilità è possibile solo se le persone ne capiscono l'importanza e la praticano attraverso le piccole cose di tutti i giorni, perché una singola "grande opera" che non viene seguita da tanti piccoli cambiamenti non ha utilità.

Coerentemente al concept base che lo anima, il progetto ha un nome: "L'anno di V".

È costituito da un insieme di scelte e decisioni che l'azienda può prendere per cambiare l'impatto che ha sull'ambiente, ma che mette al centro di tutto la volontà di cambiare in primis la mentalità dei dipendenti.

La cosa importante, oltre alla consapevolezza di fare qualcosa di buono per l'ambiente, è parlare fieramente delle scelte sostenibili che si prendono, sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Questo progetto si sviluppa maggiormente all'interno dell'azienda, ma tutto ciò deve essere raccontato al pubblico esterno con la massima cura. Parlare di sostenibilità significa orientare i propri pubblici e coinvolgerli nel senso del progetto, ottenendo una forte spinta all'immagine dell'azienda.

La grafica, creatività base e strategica del progetto, presenta il concept attuativo del percorso. Tre figure che rappresentano tre diversi dipendenti si "fondono" con il simbolo del riciclaggio (che funge da richiamo all'ecosostenibilità), e alcuni oggetti richiamano gli argomenti dei libretti che vengono distribuiti ogni mese. "L'anno di V" e il payoff del progetto sono accompagnati dalla frase che invita a "mettere le spunte" sui buoni propositi. Dalla grafica base viene ricavato anche quello che si può definire "il logo" del progetto L'anno di V.



Una lettera, più significati

**V** di VALTELLINA

**V** di VERDE

**V** di 



VALTELLINA<sup>®</sup>

**L'ANNO DI **

**12 mesi per cambiare le abitudini**

Un anno per mettere una ✓ su tutti i buoni propositi.



Dal primo poster viene ricavato anche quello che si può definire "il logo" del progetto: L'anno di V. Si tratta di un'immagine illustrata che interpreta in massima sintesi la filosofia dell'iniziativa. Ulteriore focus

dell'iniziativa è la distribuzione ai dipendenti di un piccolo "libretto", uno ogni mese (per un anno, come indicato dal nome del progetto), che mostri come cambiando qualche aspetto della propria quotidianità si possa

essere più rispettosi dell'ambiente. L'idea è quella che anche se non tutti seguiranno ogni consiglio, sicuramente verranno spinti a riflettere. I libretti hanno un look accattivante e sono brevi (si tratta di un

foglio a4 piegato); all'interno hanno un inserto (un foglio a5) che "allega" un gadget a tema, per far sì che i dipendenti apprezzino maggiormente l'arrivo del numero ogni mese e si crei anche una sorta di attesa.





Ormai è chiara a tutti l'importanza di essere presenti online e di farsi conoscere attraverso canali social e "mostrarsi sul web".



Il progetto prevede l'organizzazione di una pagina web sul sito di Vaitellina SpA dedicata all'iniziativa e la realizzazione di un account Instagram sul quale dare visibilità ai progressi dei propri dipendenti.

Se si cambia la gestione del tema della sostenibilità, non si può pensare che tutto questo non porti delle modifiche anche agli spazi interni delle sedi...

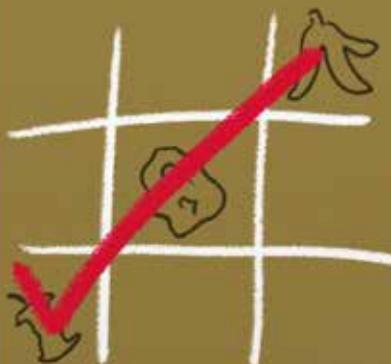
# PLASTICA

Fai la mossa giusta!



# ORGANICO

Fai la mossa giusta!



# CARTA

Fai la mossa giusta!

