

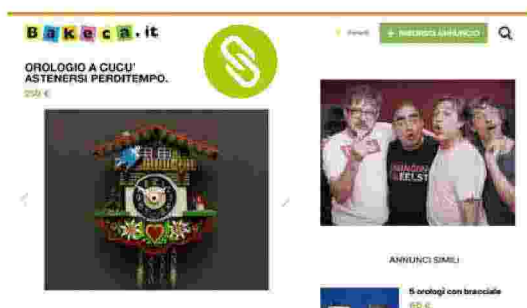
# Advertising Con Connexia ed Elio si trova tutto "su Bakeca punto it!"

Al debutto la nuova campagna del sito di classifieds advertising che dà voce agli annunci degli italiani, complice il funambolico e originale gruppo milanese

"Bakeca.it dà voce ai tuoi annunci" è il claim della nuova campagna social e digital del sito di classifieds advertising, che ha affidato alla verve canterina di Elio e le Storie Tese i suoi tre nuovi film digital, uno per ciascuna macrocategoria di prodotti/annunci: Casa, Lavoro, Compro/Vendo.

## LA VEICOLAZIONE

On air da agosto a ottobre su YouTube, Facebook e Instagram, la nuova camp-



agna, interamente ideata, prodotta e gestita da Connexia, tra jingle inediti e mimica irrisistibile, racconta le caratteristiche distintive di Bakeca.it. La data driven creativity

agency milanese ha dato vita a un concept creativo in cui la voce è centrale, mettendo in musica e valorizzando le qualità e la completezza dell'offerta di Bakeca.it.

## L'OBIETTIVO

"La nostra immagine viene presentata in modo completamente nuovo, eppure assolutamente coerente con la nostra storia e il nostro brand - commenta Stefano Pavignano, Amministratore Delegato di Bakeca.it -, che vuole essere la piattaforma privilegiata per tutti gli annunci gratuiti in Italia, un obiettivo sfidante che Connexia ha saputo interpretare in modo originale e disruptivo. I tre video musicali della campagna divertono e ingaggiano, mentre ci raccontano, dando voce a Bakeca.it e a tutti i suoi annunci".

## STRATEGIA

La video-strategy di Bakeca.it prende forma sotto la direzione creativa di Riccardo Catagnano, autore a quattro mani con Elio e le Storie Tese dei testi dei jingle. Connexia, con un'area Digital Media sempre più strutturata, anche a seguito della recente acquisizione della digital experience agency Ragoo, cura l'intera pianificazione media dell'operazione, garantendo che tutti gli output siano pienamente rispondenti alle best practice suggerite dai media attivati. Poi, a pianificazione ultimata, si procederà al calcolo del valore incrementale della brand awareness attraverso l'utilizzo di sistemi avanzati di misurazione (Brand Lift Survey).

► Roberto Natale della Responsabilità Sociale Rai, Mauro Picciaiola, chief Operating Officer di Antoniano onlus; Francesco Bozza, VP e Chief Creative Officer Grey Italia e molti altri. Previsti anche ospiti speciali, come la madrina di Mission Bambini Ellen Hidding e alcuni celebri youtuber e influencer sensibili al Terzo Settore, come i The Jackal e SlimDogs, legati ad ActionAid e Casa Surace impegnata per Cesvi Onlus.

## CONTENUTI SELEZIONATI

I contenuti dell'iniziativa di formazione sono stati sviluppati da un comitato scientifico di altissimo valore, presieduto da Paolo Ferrara, direttore Fundraising e Comunicazione Terre Des Hommes. "Chi si occupa di comunicazione, fundraising e Csr - conclude il Ceo di **Atlantis Company** - ha una missione importante: sostenere le cause sociali e partecipare alla costruzione di un percorso positivo di miglioramento. Per fare questo servono passione, competenza e idee vincenti e Reinventing è un'occasione per fare networking proprio su questi tre aspetti. Nei due giorni di formazione e confronto di Reinventing abbiamo l'o-



biiettivo di mettere in circolo nuove idee per il lavoro quotidiano di tutti i professionisti che gravitano intorno al non profit e fornire strumenti concreti per trasformare queste idee in progetti sostenibili volti a dare nuova energia al Terzo Settore. Per costruire un mondo

migliore, infatti, servono persone sempre più consapevoli e professionisti sempre più capaci". L'evento è sostenuto da myDonor, che da oltre 20 anni opera nella progettazione e nello sviluppo di soluzioni digitali personalizzate per le organizzazioni non profit.