



web@lfemminile Hai fatto 30? Fai 31.

Al via la campagna di comunicazione per le donne d'Italia che si incontrano sul web

Lunedì **31 marzo** le Pari Opportunità sono on line, con una **24 ore non stop dedicata alle donne** su www.webalfemminile.it. Un evento lungo un giorno che sperimenta per la prima volta la formula di una maratona web, con un palinsesto che si compone di oltre **100 video** e che prevede la messa in rete di **contenuti originali non replicati dalle ore 7 alle ore 22**.

web@lfemminile è l'evento annuale di **futuro@lfemminile**, il progetto di **Microsoft Italia** per le donne, realizzato in collaborazione con **Accenture e Acer**. Per questa iniziativa particolare *futuro@lfemminile* si avvale della collaborazione di **Buongiorno**.

Le agenzie di comunicazione coinvolte nell'iniziativa

Hill & Knowlton Gaia

Un'iniziativa complessa che ha visto il coinvolgimento, insieme ai promotori, di agenzie internazionali di comunicazione quali **Hill & Knowlton Gaia** e **McCann Worldgroup**.

Hill & Knowlton Gaia, l'agenzia che fin dai suoi esordi segue l'ufficio stampa di *futuro@lfemminile*, ha ideato il format della giornata valorizzando il leit motiv del progetto, ovvero la tecnologia come alleata delle donne. Per raggiungere il pubblico più ampio possibile e parlare di gender gap, quale strumento migliore della Rete, a cui si può accedere dovunque si voglia e quando lo si preferisce? Questa è stata la domanda attorno alla quale è stata sviluppata l'idea di un evento interamente tecnologico web based, che sfruttasse in pieno la rete per amplificare la diffusione dei contenuti del progetto. Il team di Hill & Knowlton Gaia che ha lavorato all'ideazione e al piano di ufficio stampa è composto da **Ilenia Catastini**, Vice Presidente, **Nicoletta Vulpetti**, project leader ed **Elisa Amorelli**, project assistant.

McCann Worldgroup

Per questa iniziativa particolare, *futuro@lfemminile* si è avvalsa delle competenze di comunicazione di **McCann Worldgroup**.

MRM Worldwide si è occupata della strategia e dello sviluppo creativo della comunicazione di questo evento, ben sintetizzato nel pay off "24h Made in Women". Il team creativo composto da **Giuliano Bellini** come direttore creativo e **Daniela Calvanico**, copywriter, ha ideato un concept che mette in luce la capacità multitasking della donna di oggi, la sua abilità di coprire più ruoli contemporaneamente sul lavoro e nel privato e anche la capacità di essere polo di attrazione attorno al quale si sviluppano relazioni familiari e sociali. La campagna di comunicazione gestita da **Roberta Alberti** ha previsto uscite stampa, formati banner, invio direct e-mailing e supporti virali come firma mail e icona MSN Messenger.

Ilenia Martoni di **Universal McCann** si è occupata della pianificazione media offline e online. La campagna a supporto dell'evento prevede un'ampia visibilità dell'iniziativa sia sui principali quotidiani nazionali che su portali, siti di news e dedicati al mondo femminile.

**Cinzia Vallarani,
Group Account
Manager Microsoft
Digital Advertising
Solutions e capo
progetto di
web@lfemminile**

“Ho messo le mie competenze professionali a servizio di futuro@lfemminile per realizzare la prima, grande maratona dedicata alle pari opportunità online” ha affermato **Cinzia Vallarani, Group Account Manager Microsoft Digital Advertising Solutions e capo progetto di web@lfemminile.** “Ciò che volevamo era un’iniziativa aperta, con una forte componente di innovazione e alla portata di tutti: per questo abbiamo scelto il web come media e MSN Video come piattaforma tecnologica. Oltre 100 video filmati inediti con le voci autorevoli degli intervistati saranno accessibili con un semplice click”.

Ulteriori informazioni sul progetto sono disponibili nell’apposita area stampa del sito **www.webalfemminile.it**.

Per informazioni

Ufficio stampa Hill & Knowlton Gaia

Nicoletta Vulpetti 06/441640306 – 340/6730754 vulpettin@hkgai.com

Elisa Amorelli 06/441640303 amorellie@hkgai.com