



MEDIA INDUSTRY

17/05/2023

di Lorenzo Mosciatti



## WWF SI AFFIDA A **PODCASTORY** PER LA CAMPAGNA "SOS ELEFANTE"

L'organizzazione si avvale del formato Instant Podcast ideato dalla società guidata dal Ceo Paolo Schioppa insieme alla partecipata Audioboost



WWF ha scelto di affidarsi alla podcast factory italiana **Podcastory** e di avvalersi dell'innovativo formato Instant Podcast nell'ambito della campagna di sensibilizzazione "SOS Elefante".

Ideato da **Podcastory** insieme alla partecipata Audioboost, Instant Podcast è in grado di veicolare contenuti audio nativi e fornire informazioni sul brand a una vasta audience diversificata, in un preciso momento e senza necessità di realizzare produzioni seriali. Attraverso la programmazione dell'attività di



VIDEO [VEDI TUTTI →](#)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

audioseeding, infatti, i contenuti dell'Instant Podcast non vengono veicolati attraverso le tradizionali piattaforme di podcasting, bensì all'interno di un network editoriale qualitativo che beneficia di una pubblicazione su base tematica ed è in grado di raggiungere un numero ancora più vasto di ascoltatori.

L'Instant Podcast si inserisce nella narrazione dei valori del brand supportandone la comunicazione, dai lanci di prodotto alle campagne di comunicazione. Ed è per questo motivo che WWF ha deciso di appoggiarsi a questo strumento di comunicazione per il progetto "SOS Elefante", il cui obiettivo è quello di dare supporto ai programmi di conservazione dell'elefante delle savane e delle foreste in Africa. Nello specifico la campagna di sensibilizzazione del WWF invita a salvare questa specie dall'estinzione. Il progetto "SOS Elefante" ha l'obiettivo di rinforzare il sistema antibraconaggio già attivo nelle aree interessate, di realizzare studi e monitoraggio delle popolazioni di elefanti, di ridurre i conflitti con le popolazioni locali tramite il sistema Safe e di contribuire alla gestione del Parco Nazionale di Ntokou Pikounda, in Congo.

Dal 1 al 21 maggio WWF chiede a tutti di donare al 45594 e aiutare l'organizzazione a rafforzare i programmi di conservazione per l'elefante in Africa. Il valore della donazione sarà di 2 euro per ciascun sms inviato da cellulari Wind Tre, Tim, Vodafone, Iliad, Poste Mobile, Coop Voce e Tiscali oppure dona 5 euro o 10 euro da rete fissa Tim, Vodafone, Wind Tre, Fastweb, Tiscali e Geny Communication e 5 euro per le chiamate da rete fissa TWT, Convergenze e Poste Mobile.

"All'inizio del secolo scorso avevamo milioni di elefanti liberi nelle savane e foreste africane. Oggi questi giganti gentili sono ridotti al minimo", ha dichiarato **Isabella Pratesi, Direttore di conservazione del WWF Italia**. "Abbiamo perso più del 90% della popolazione di elefanti in Africa, 9 elefanti su 10 non ci sono più, sterminati per il vile commercio dell'avorio. Avorio che ha riempito i mercati di tutto il mondo, ma insanguinato e distrutto savane e foreste in Africa. Ancora oggi, vengono uccisi ogni anno più di 20 mila elefanti. Il WWF ha deciso di mettere fine a questo massacro e di fermare le trappole, i fucili e i veleni dei bracconieri. Per questo abbiamo lanciato una grande raccolta fondi attraverso tutti i canali con cui sia possibile raggiungere le persone comuni. Vogliamo dedicare agli elefanti un luogo sicuro in cui possano continuare a vivere e riprodursi nel bacino del Congo e fermare definitivamente il bracconaggio. Un sms del valore di 2 euro può significare moltissimo per il futuro degli elefanti in Africa".

"Gli elefanti sono animali protetti in molti paesi, ma purtroppo sono ancora minacciati da caccia illegale, perdita di habitat naturale e conflitti con le popolazioni locali", ha detto **Davide Schioppa, Ceo di Podcastory**. "Siamo fieri di offrire al WWF uno strumento come l'Instant Podcast, che può fornire informazioni, stimolare la riflessione e sensibilizzare l'opinione pubblica su questo importante argomento. La comunicazione è fondamentale per cambiare le cose e se one-to-one è meglio. Con l'Instant Podcast, infatti, offriamo un modo semplice e veloce di trasmettere questo importante messaggio".

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

## Branded Podcast, uno scenario in evoluzione tra qualità e tecnologia



## Engage Spot Parade, gli spot più belli di aprile: vince Ringo con la creatività di Next14



## L'AI sbarca nella search di Google: come cambierà la SEO?



## Retex diventa Società Benefit, annuncia una nuova corporate identity e punta ai 100 milioni di ricavi nel 2023



## Jakala, customer engagement nel segno del phygital: intervista a Gianpaolo Alfonso