



ADV

MEDIA INDUSTRY

03/08/2023

di Cristina Oliva

WWF E PODCASTOY DI NUOVO INSIEME PER LA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE "CRIMINI MARINI"

Per l'iniziativa è stato scelto il formato dell'Instant Podcast



Da sempre impegnato per la tutela dell'ambiente attraverso la protezione delle specie in pericolo, la conservazione degli ecosistemi e della biodiversità, **Wwf** si è attivato con la **campagna di sensibilizzazione "Crimini marini"**, per la **salvaguardia degli oceani**, scegliendo di affidarsi nuovamente a **Podcastory**, e avvalersi del **formato dell'Instant Podcast**.

Ideato da **Podcastory** insieme alla partecipata **Audioboost**, l'Instant Podcast è in grado di veicolare contenuti audio nativi a una vasta audience diversificata, in un preciso momento e senza necessità di realizzare produzioni seriali. I contenuti dell'Instant Podcast non vengono divulgati attraverso le tradizionali piattaforme di podcasting, bensì attraverso la programmazione di un'attività di audio seeding, che consente di raggiungere un numero vasto di ascoltatori individuando un network editoriale specifico e tematico.

NEWSLETTER - Tutte le notizie di Engage ogni giorno, gratis. **ISCRIVITI!**

ADV

VIDEO

VEDI TUTTI →



Dall'OOH all'in store: la ricetta di Blu Media Group per comunicare i brand dentro e fuori i punti di vendita





L'Instant Podcast si inserisce perfettamente nella narrazione dei valori del brand supportandone la comunicazione, dai lanci di prodotto alle campagne di comunicazione. Ed è per questo motivo che per divulgare le tematiche di "Crimini Marini", Wwf ha deciso di appoggiarsi a questo strumento di comunicazione, stavolta nell'ambito del progetto Life Swipe, dopo averlo oltretutto già impiegato con buoni risultati per la campagna "Sos elefante" dello scorso maggio (*ne abbiamo parlato qui*).

L'info podcast per la campagna "Crimini marini" si sviluppa attraverso una **talk interview con Giulia Prato**, biologa e responsabile del mare per Wwf Italia, che affronta il tema dell'impatto dei crimini di natura sugli ecosistemi marini e delle specie più colpite, e **Domenico Aiello, Responsabile Ufficio Legale per Wwf Italia** che entra nel dettaglio di alcune azioni intraprese da WWF per contrastare il fenomeno. La campagna di sensibilizzazione del Wwf, inserita nell'ambito di **GenerAzioneMare**, sarà on line fino al 31 agosto.

"Due terzi dei nostri oceani sono stati impattati in modo significativo dall'influenza dell'uomo e di fatto nessun luogo negli oceani ormai è rimasto selvatico, completamente inalterato - ha dichiarato Wwf -. Per evitare di compiere anche involontariamente azioni di impatto sull'habitat marino, basta seguire alcune regole semplici, migliorando così il nostro stile di vita e diventando consumatori responsabili".

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

PODCAST | **PODCASTORY** | WWF |

ADV

ARTICOLI CORRELATI



Dazn entra nel settore del merchandising grazie a Fanatics



Il Gruppo 24 Ore chiude il primo semestre in utile e continua a spingere sulla multimedialità



Mfe (Mediaset): la raccolta pubblicitaria tiene e l'utile aumenta del 3%



Mondadori, ricavi e utile netto in crescita nel semestre. Porro: «Al lavoro su deal rilevanti nel digital»



Eagle Pictures acquisisce il controllo di Blu Yazmine e si rafforza nel segmento unscripted



OPINIONI

App, streaming e adv targettizzate: come il web ha trasformato la TV



Engage Spot Parade, la pubblicità più bella di giugno: vince Biorepack con la campagna firmata Connexia



Marketing digitale e clienti evoluti: come fare engagement in maniera efficace



La Ctv tra advertising e media quality: dall'offerta di Samsung Tv agli investimenti dei brand



Dalle sfide del New Retail all'Omnicanalità e all'AI: l'approccio di Magnews al marketing digitale

ADV