

Campagne Ecolamp avvia il ritorno in comunicazione, con la firma di Eggers



È in uscita su Il Sole 24 ore (supplemento Scenari) e su mezzi digitali, la nuova campagna di Ecolamp studiata da Eggers, la factory creativa guidata da Guido Avigdor e Pietro Dotti, per promuovere il corretto

recupero dei RAEE. Il concept si concentra sulla comprovata esperienza e competenza di Ecolamp che dal 2004 gestisce, con professionalità e trasparenza, la raccolta di rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche giunte a fine vita, per trasformarle in nuove preziose risorse. Per enfatizzare questo concetto, il soggetto della campagna gioca con il tema della caccia e della vittoria, assegnando, così, al Consorzio per il Recupero di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche Ecolamp, il titolo di "Migliori cacciatori di RAEE". Commenta Guido Avigdor, Direttore Creativo della campagna: "Il trofeo, per tutti noi, è un mondo più sostenibile, questa è la promessa visiva della nostra campagna, con un filo di ironia come nella tradizione di Eco-

In uscita su Il Sole 24 ore, supplemento Scenari, e su mezzi digitali: la nuova azione pubblicitaria è stata studiata dalla factory creativa guidata da Guido Avigdor e Pietro Dotti

lamp, per un tema serio e rilevante". Fabrizio D'Amico, Direttore Generale di Ecolamp, aggiunge: "Rompendo gli schemi della classica comunicazione green, Ecolamp sceglie uno stile poco convenzionale per mettere in luce il contributo del consorzio alla realizzazione di un'economia di tipo circolare grazie al recupero dei rifiuti elettrici ed elettronici". Si conferma, ancora una volta, il rapporto che intercorre tra Ecolamp ed Eggers, che in passato ha visto il successo delle campagne "Non è il solito bidone" e "Segui la corrente" e che oggi non smette di guardare al futuro, dimostrando sempre più sensibilità e interesse nell'aiutare l'ambiente.

