THE MINE

themine.it

CLIENTE: PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS

CAMPAGNA SOCIALE – WOMEN LIKE YOU 2013

T/M
THE MINE

CAMPAIGN BACKGROUND & SUMMARY

Fondata nel 1982 con sede a Copenaghen in Danimarca, PANDORA realizza, produce e distribuisce gioielli dal design moderno, rifiniti a mano, esclusivamente realizzati con materiali preziosi, a prezzi accessibili. PANDORA è oggi presente in oltre 80 paesi, in 6 continenti, attraverso una rete di 10.000 punti vendita tra i quali 1.100 Concept Store.

PANDORA impiega oggi oltre 9.000 persone in tutto il mondo di cui 6.800 addetti altamente qualificati a Gemopolis in Tailandia, dove l'Azienda ha la propria sede produttiva. Dal 2010 PANDORA è quotata alla borsa valori NASDAQ OMX di Copenaghen.
Il gruppo ha chiuso il 2013 con un fatturato totale di 9.0 miliardi di DKK (pari a circa 1,2 miliardi di euro).

CONTESTO NAZIONALE

La popolarità dei gioielli PANDORA in Italia si è diffusa rapidamente, facendone un oggetto del desiderio e un regalo perfetto da fare in ogni occasione grazie alla modularità dei bracciali e ai prezzi accessibili. Il Brand viene comunicato online e offline utilizzando linguaggi in grado di adattarsi ai canali di comunicazione e di raggiungere le abitudini e le preferenze del proprio target.

Essendo un brand prettamente femminile, internamente all'Azienda è nata la volontà di rappresentarne ed esaltarne le qualità, i talenti e personalità.

Alla luce di un contesto nazionale che vede spesso la donna in una posizione difficile, divisa tra affetti e lavoro, spesso ostacolata da politiche poco favorevoli allo sviluppo del proprio potenziale, PANDORA ha deciso di dedicare alle donne italiane un'iniziativa sociale in grado di incentivare e sostenere idee di imprenditoria e di impegno sociale.

OBIETTIVI

Creare un contenitore replicabile negli anni capace di connettere le donne con il mondo del lavoro e dell'impresa, un'iniziativa concorsuale con fini fortemente premianti capace di coinvolgere l'utenza e di veicolare i valori di marca.

STRATEGIA

Per lanciare un'iniziativa sociale in grado di coinvolgere un largo bacino d'utenza, si è scelto di lanciare l'iniziativa a partire dal web per sfruttarne il potere virale. Azioni di Buzz marketing, pr e interventi sulle pagine social del Brand hanno saputo generare un decisivo passaparola.

Nell'operazione vengono coinvolti partner in grado di conferire spessore all'iniziativa e personalità pubbliche per dare eco e ampio risalto al concorso.

STRATEGIA CREATIVA

PANDORA si schiera dalla parte delle donne con un'iniziativa sociale premiante del merito e del talento femminile.
Alle partecipanti è richiesto di iscrivere il proprio progetto sociale o imprenditoriale, compilando un form sul sito www.womenlikeyou.it.
Le storie vengono poi selezionate da una giuria d'eccezione composta da personalità scelte nel mondo dell'arte, del giornalismo, dello spettacolo e dell'istruzione.
Le finaliste si aggiudicano un bracciale PANDORA mentre le vincitrici un premio in denaro del valore di 15.000 euro da utilizzare in servizi e prodotti atti a promuovere e sviluppare la propria idea.

Alle finaliste è dedicata una serata speciale, in una cornice di alto valore simbolico: vengono premiate alla presenza delle autorità locali, dei giornalisti e degli opinion leader e festeggiate come donne uniche e speciali esattamente come PANDORA le vive e le celebra ogni giorno.

CAMPAGNA SOCIALE PANDORA – WOMEN LIKE YOU 2013

CONTESTO
Alla luce di un contesto nazionale che vede spesso la donna in una posizione difficile, divisa tra affetti e lavoro e ostacolata da politiche poco favorevoli allo sviluppo del proprio potenziale, PANDORA ha deciso di dedicare loro un'iniziativa sociale in grado di incentivare idee imprenditoriali e di sostegno sociale.

BRIEF
Creare un contenitore replicabile negli anni, capace di connettere le donne con il mondo del lavoro e dell'impresa: un'iniziativa concorsuale con fini fortemente premianti capace di coinvolgere l'utenza e di veicolare i valori di marca.

IDEA
Sul sito www.womenlikeyou.it, le partecipanti descrivono il proprio progetto. Le idee vengono selezionate dalle giurate che scelgono 3 finaliste per categoria e 3 vincitrici. Le finaliste ricevono un bracciale PANDORA, le vincitrici 15.000€ ciascuna per sviluppare il proprio progetto. La premiazione si è tenuta a Palazzo delle Stelline, con la conduzione di Teresa Mannino.

WOMEN LIKE you — EDIZIONE 2012

WEBSITE:
Visite 24.254
Utenti 17.393

CAMPAGNA STAMPA → SITO WEB

COMUNI DI PROVENIENZA DELLE STORIE: **527**

STORIE RACCOLTE: **550**

GIURATE

EVENTO DI PREMIAZIONE

PREMI IN PALIO: **1**

MONTEPREMI: **10.000€**

SABRINA BONAVENTURA
VINCITRICE EDIZIONE 2012

Sabrina ha dedicato il premio ai malati terminali del reparto di oncologia in cui lavora. La vincita è stata impiegata nell'allestimento di un Hospice: una terrazza terapeutica per i malati terminali e i loro familiari.

STAMPA: **50 uscite spontanee**

WOMEN LIKE you 2013 — EDIZIONE 2013

WEB: BANNER, ADS FACEBOOK E SKIN →

SITO WEB

WEBSITE:
Visite 58.387
Utenti 40.174

COMUNI DI PROVENIENZA DELLE STORIE: **764**

STORIE RACCOLTE: **1.652**

PREMI IN PALIO: **3**

MONTEPREMI: **45.000€**

STAMPA: **160 uscite spontanee**

GIURATE

EVENTO DI PREMIAZIONE

VINCITRICI / MONTEPREMI 15.000 € (cad.)

LAURA NANI
CATEGORIA DONNE PER IL SOCIALE

Laura ha partecipato con Cuore di Maglia: una Onlus italiana formata da un gruppo di donne che confeziona, per bambini nati pretermine, corredini che vengono regalati ai reparti di terapia intensiva. Con il premio ha incrementato le attività dell'associazione.

MARIA ADELE VIGILANTE
CATEGORIA DONNE UNDER 30

Maria Adele ha subito l'amputazione di entrambe le gambe a causa di una meningite. Oggi collabora con You Able Onlus e, grazie a delle protesi, ha ricominciato a correre. Ha deciso di partecipare per regalare protesi a donne vittime di amputazioni. Le prime protesi sono già state assegnate.

BEATRICE MARTINI
CATEGORIA DONNE PER L'IMPRESA

Beatrice è la fondatrice del portale gratuito www.doanbe.it, che mette in contatto domanda e offerta lavorativa. Ha deciso di partecipare per implementare e migliorare il sito. Dopo la vittoria, Beatrice è stata contattata e intervistata da diversi telegiornali nazionali.