Commercio

- Advertisement -

"Think local": la campagna di Confcommercio Milano per gli acquisti di vicinato

23/12/2020

Condividi su Facebook Tweet su Twitter

"Think local": la campagna di Confcommercio Milano per gli acquisti di vicinato

Milano – Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza promuove #eroinormali_thinklocal, la campagna Think Local di sensibilizzazione e promozione degli acquisti di vicinato ideata da imprenditori, impiegati, professionisti uniti in una "action tank" – Eroi Normali – per mettere a disposizione una parte del proprio tempo e sviluppare, attraverso il digitale, progetti di pubblica utilità.La campagna #eroinormali_thinklocal nasce dalla consapevolezza che sostenere il commercio di prossimità aiuta le nostre città e la qualità di vita dei cittadini. Il messaggio che viene diffuso dalla campagna è semplice e positivo: tutti possono essere "eroi normali" e, con una piccola azione, avviare un cambiamento. #eroinormali_thinklocal si sviluppa su Instagram (https://www.instagram.com/eroinormali_thinklocal/) e coinvolge commercianti e clienti dei negozi che si mettono in gioco fotografando i momenti d'acquisto. Per veicolare #thinklocal Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza mette a disposizione delle imprese l'indirizzo email marketing@unione.milano.it per inviare le foto (indicando i dati del negozio e l'eventuale pagina Instagram). Foto che gli operatori commerciali riavranno con la grafica Think Local e il logo di Confcommercio Milano, Lodi, Monza, Brianza e potranno condividere contribuendo alla diffusione dell'iniziativa per far conoscere sui social tutte le realtà commerciali. La grafica di #thinklocal sarà presente da oggi anche nei 145 schermi delle edicole di Milano. "Durante il lockdown – afferma Massimiliano Molese ideatore dell'action thank Eroi Normali – oltre a dover mettere in sicurezza con i miei soci l'azienda con oltre 200 dipendenti ed il pensiero di avere tante famiglie sulle spalle, la cosa che saltava di più all'occhio era sicuramente quanto molti lavori venivano dati per scontati, ma in realtà avevano un qualcosa di eroico. Dobbiamo ridare valore al senso civico che, per troppo tempo, abbiamo trascurato". "La campagna #eroinormali_thinklocal – rileva Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – dà la possibilità, attraverso il digitale con facilità e simpatia, di esprimere valori che sosteniamo con forza: il ruolo di presidio sociale del

Vaccino Coronavirus, Speranza: "Ricerca dell'Italia a servizio della sfida mondiale"
24/08/2020

In a Bottle: un italiano su 3 torna dalle ferie più stressato
24/08/2017

Bankitalia: Camusso, a Visco le felicitazioni mie mie e della Cgil
27/10/2017

Appuntamenti
05/10/2020

Unimpresa, boom spesa pensioni in 4 anni +36 miliardi
25/04/2019

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza di navigazione sul sito imprese-lavoro. Quindi, se vai avanti a navigare o schiacci ok, presumiamo tu sia d'accordo con l'uso dei cookies!
Ok

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Testori Comunicazione

“Think local”: la campagna di Confcommercio Milano per gli acquisti di vicinato

“Think local”: la campagna di Confcommercio Milano per gli acquisti di vicinato Milano – Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza promuove #eroinormali_thinklocal, la campagna Think Local di sensibilizzazione e promozione degli acquisti di vicinato ideata da imprenditori, impiegati, professionisti uniti in una “action tank” – Eroi Normali – per mettere a disposizione una parte del proprio tempo e sviluppare, attraverso il digitale, progetti di pubblica utilità.La campagna #eroinormali_thinklocal nasce dalla consapevolezza che sostenere il commercio di prossimità aiuta le nostre città e la qualità di vita dei cittadini. Il messaggio che viene diffuso dalla campagna è semplice e positivo: tutti possono essere “eroi normali” e, con una piccola azione, avviare un cambiamento. #eroinormali_thinklocal si sviluppa su Instagram (https://www.instagram.com/eroinormali_thinklocal/) e coinvolge commercianti e clienti dei negozi che si mettono in gioco fotografando i momenti d’acquisto. Per veicolare #thinklocal Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza mette a disposizione delle imprese l’indirizzo email marketing@unione.milano.it per inviare le foto (indicando i dati del negozio e l’eventuale pagina Instagram). Foto che gli operatori commerciali riavranno con la grafica Think Local e il logo di Confcommercio Milano, Lodi, Monza, Brianza e potranno condividere contribuendo alla diffusione dell’iniziativa per far conoscere sui social tutte le realtà commerciali. La grafica di #thinklocal sarà presente da oggi anche nei 145 schermi delle edicole di Milano. “Durante il lockdown – afferma Massimiliano Molese ideatore dell’action thank Eroi Normali – oltre a dover mettere in sicurezza con i miei soci l’azienda con oltre 200 dipendenti ed il pensiero di avere tante famiglie sulle spalle, la cosa che saltava di più all’occhio era sicuramente quanto molti lavori venivano dati per scontati, ma in realtà avevano un qualcosa di eroico. Dobbiamo ridare valore al senso civico che, per troppo tempo, abbiamo trascurato”. “La campagna #eroinormali_thinklocal – rileva Marco Barbieri, segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza – dà la possibilità, attraverso il digitale con facilità e simpatia, di esprimere valori che sosteniamo con forza: il ruolo di presidio sociale del commercio dei nostri quartieri e l’importanza di rivolgersi al negoziante di fiducia”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Testori Comunicazione