

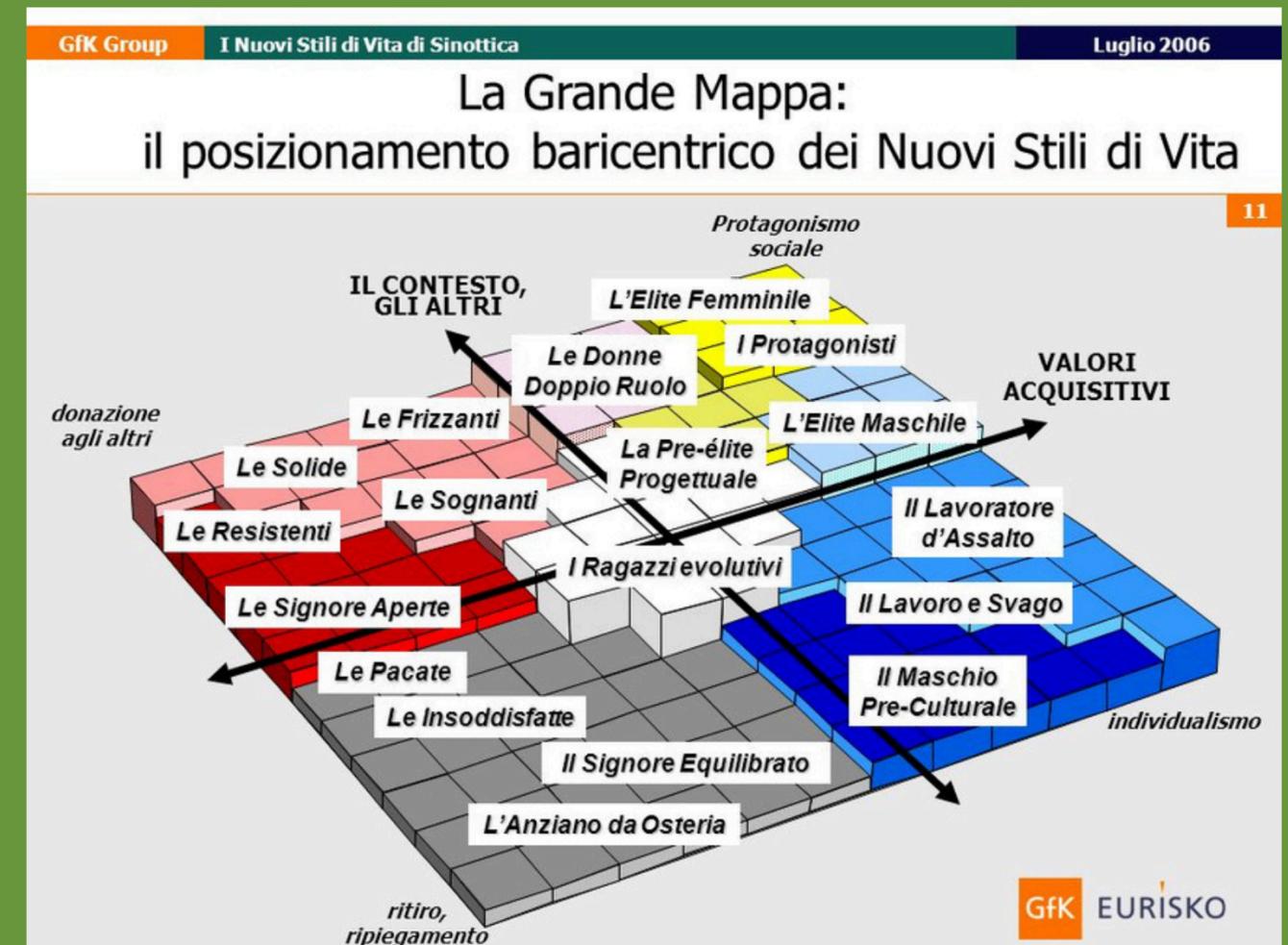
# BIODIVERSITÀ

---

DI: MEZZOTERA, VITRANI, PISANI, FELLA

# A CHI VOGLIAMO ARRIVARE

Vogliamo criticare il singolo nella collettività, rendendo consapevoli le persone così da poter far sviluppare a tutti un senso critico e riuscire a ragionare nel miglior modo possibile ai fini della causa per cui stiamo promuovendo questa campagna.



# INSPIRAZIONE

---



**FINECO**

Abbiamo preso come ispirazione la campagna marketing della FINECO, la quale per sponsorizzare la propria azienda ha abbellito le metro principali di Milano con una livrea stile cartoon molto simpatica che attirasse una fetta di pubblico più ampia, essendo che il target della FINECO é di un'età avanzata.

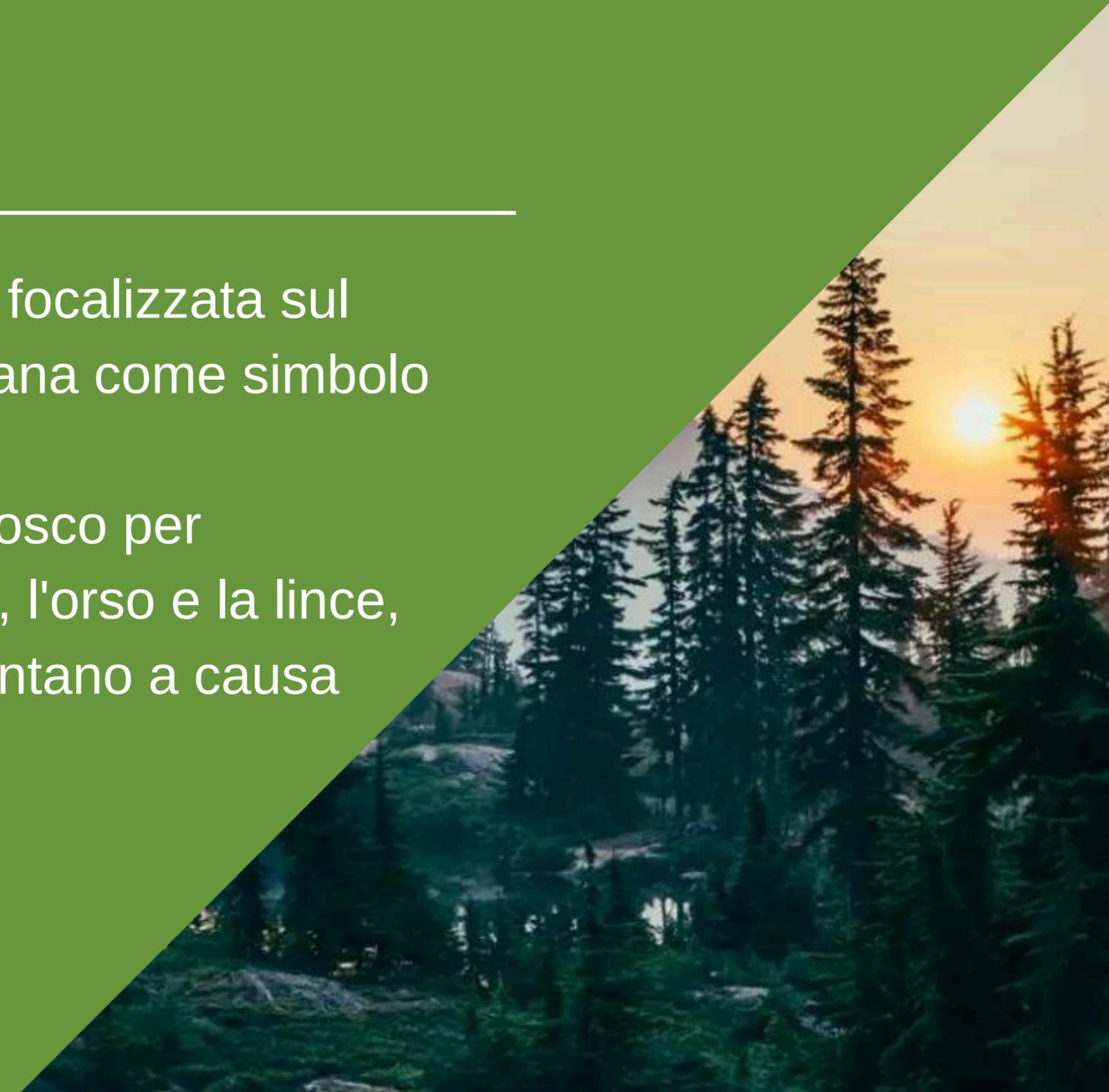
- la biodiversità siamo noi.
  - **Tema velocità: cambiamento biodiversità troppo veloce, questa velocità si traduce in vari paesi in modo diverso (alluvioni ecc...).**
  - L'uomo ha accelerato i processi, la natura fa fatica.**
  - **cosa si pensa parlando di biodiversità? in generale qualcosa di bello; problematiche che corrono dietro (estinzione animali, rovina delle piantagioni/disboscamento); con un'informazione a livello alto l'essere umano potrebbe capire come aiutare. Questo tipo di informazione non c'è.**
  - siamo le maggiori vittime di questa situazione perché ci consegnano un mondo maltrattato, non ci sentiamo coinvolti nella situazione ma solo schiacciati.
  - viene detto solo quello che sta succedendo ma poi finisce lì. Si potrebbe capire meglio e affrontare meglio questo problema.
  - **biodiversità è una cosa bella o brutta? è bella ma se ci si riflette pensiamo a situazioni negative. (foglie sporche, insetti che vengono cacciati dalle case...). Giocare sui contrasti.**
  - **La velocità: "iniziano ad esserci più persone e iniziamo ad allargarci invadendo gli spazi delle altre specie."**
  - velocità di diminuzione della biodiversità.**
  - La biodiversità è giusto che cambi, ma non così velocemente.
  - Col viaggiare si è sempre portato di tutto in giro: animali, germi, spore... In un territorio in una botta sola ne arrivano tantissimi. La velocità di spostamento dell'essere umano e del progresso. Portiamo velocemente da un posto all'altro queste specie.
  - La tecnologia ha portato dei cambiamenti e gli esseri umani ad essere limitati perché non riescono a stare al passo. Il passo è troppo veloce. Non abbiamo più il tempo della natura e non riusciamo a capire e accettare i cambiamenti.
  - La sfida vera è quella di rendere attraente/cool, avere meno. Abiti usati, non usare la macchina ma la bici... rinunce personali.
  - La comunicazione ci spinge a comprare di più. Siamo società di massa, per gli stili di vita siamo uniformati. Culturalmente cose diverse ma sull'abbigliamento ecc... uguali.
  - "siamo individualisti" perché devo farlo io e non lui?
  - La società giudica chi è diverso, dobbiamo dimostrarci tutti uguali davanti ad essa.
  - nel nostro piccolo tutti possiamo cambiare qualcosa, portare il nostro pensiero anche a persone a noi vicine.
  - classe di adulti che sia disposta al cambiamento. Ad ascoltare.
  - **Lavorare su un equilibrio tra uomo e natura. noi esseri umani siamo troppo prepotenti adesso. non vanno perse le speranze.**
  - essere più ecologici è per ricchi: per esserlo servono prodotti che però costano di più (togliere la plastica...). Questo è uno dei segnali che le cose non stanno funzionando.
  - Non è difficile far accettare le regole, a rendere le cose difficili è che queste non vengano spiegate o imposte.
  - Conclusione: cosa comunicare e come?
- tono di voce: provocatorio
- Innat? I naturalist --> app (si fanno foto a specie animali, e viene informato che esistono e sono presenti).

# PRIMA IDEA

---

La campagna di sensibilizzazione sulla biodiversità si è focalizzata sul sovrappopolamento dell'uomo, utilizzando la metropolitana come simbolo di connessione con le masse.

La livrea della metropolitana è stata trasformata in un bosco per rappresentare l'habitat degli animali italiani come il lupo, l'orso e la lince, attirando l'attenzione sulle sfide che questi animali affrontano a causa dell'espansione urbana.



# IL LUPO

---

Come prima versione, viene raffigurata la versione con il lupo, animale che abita i boschi adiacenti a paesaggi montosi, soprattutto nella zona nord (alpi) e centro (appennini) d'Italia.

Il lupo nei confronti dell'uomo è molto diffidente, si fa vedere pochissime volte ed è quasi una leggenda il fatto che esso possa attaccare di sua spontanea volontà qualcuno.



# LA LINCE

---

Come seconda versione, viene raffigurata la versione con la lince, animale che abita i boschi nella zona delle alpi orientali, questo animale arriva spontaneamente dalla zona della Slovenia e si insedia principalmente in Lombardia, Valle d'aosta e Piemonte.



# L'ORSO

Come terza versione e ultima, viene raffigurata la versione con l'orso, animale che abita i boschi alpini e dell'appennino centrale.

Questo animale essendo molto territoriale diffida nel condividere il suo territorio con l'uomo, ed è per questo che sono successi casi in cui esso ha attaccato l'uomo proprio per questo motivo. Di solito sono madri gli orsi che attaccano, lo fanno solo per difendere i propri cuccioli.



# IL MESSAGGIO

---

In un mondo in cui l'umanità si espande sempre di più, la natura e gli spazi vitali degli animali vengono oppressi. Questo porta gli animali a entrare nei territori umani alla ricerca di cibo e riparo, ma spaventa anche gli esseri umani, mettendo a rischio sia la loro vita che quella degli animali stessi. La crescente espansione umana sta causando uno scontro diretto tra gli esseri umani e la fauna selvatica, con conseguenze potenzialmente pericolose per entrambi. La domanda "Ma perché tutto ciò?" riflette la necessità di riflettere sulle conseguenze delle nostre azioni sull'ambiente e sugli altri esseri viventi che condividono il pianeta con noi.

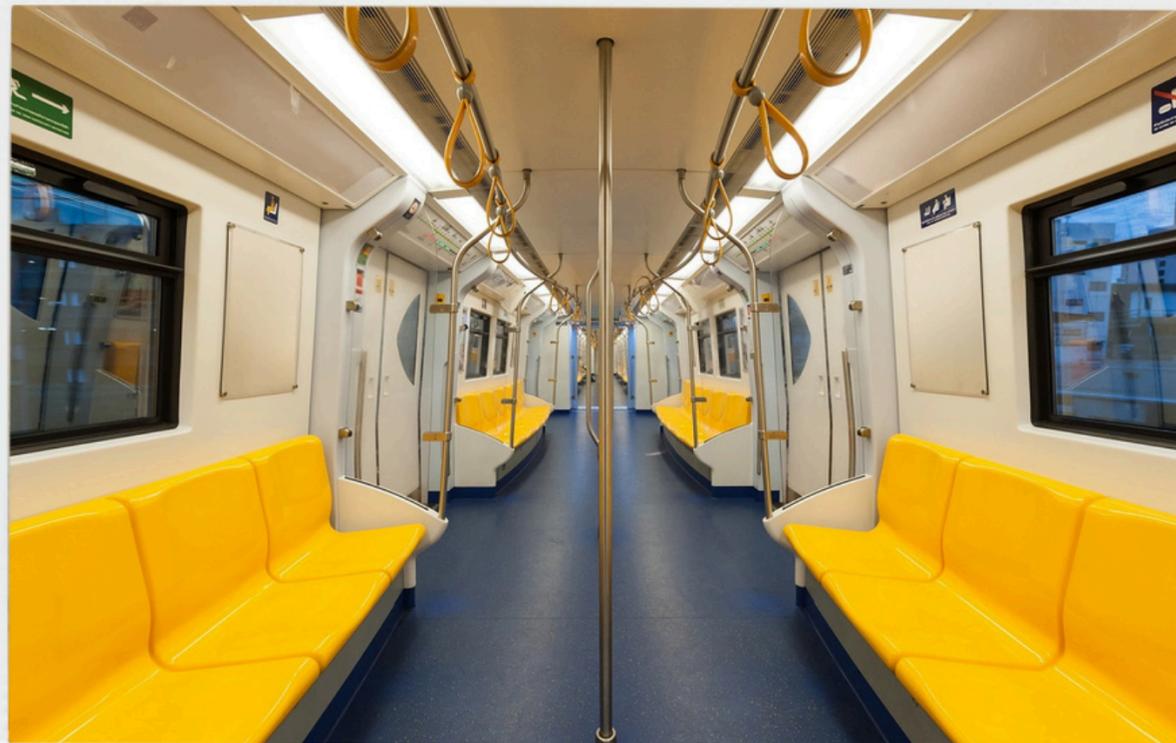
# IL METODO

---

La campagna di sensibilizzazione trasforma i treni metropolitani italiani con decorazioni forestali e proiezioni di ombre di animali selvatici sulle porte. Manifesti all'interno dei vagoni offrono soluzioni al conflitto uomo-natura. Scopo: educare sul problema e promuovere azioni per una coesistenza più armoniosa.



# GLI INTERNI



All'interno dei vagoni potremo trovare dei manifesti per sensibilizzare i passeggeri, affiancati da testi che descriveranno la campagna di guerrilla marketing di cui sono stati partecipi alla fermata dove sono saliti.

# SECONDA IDEA

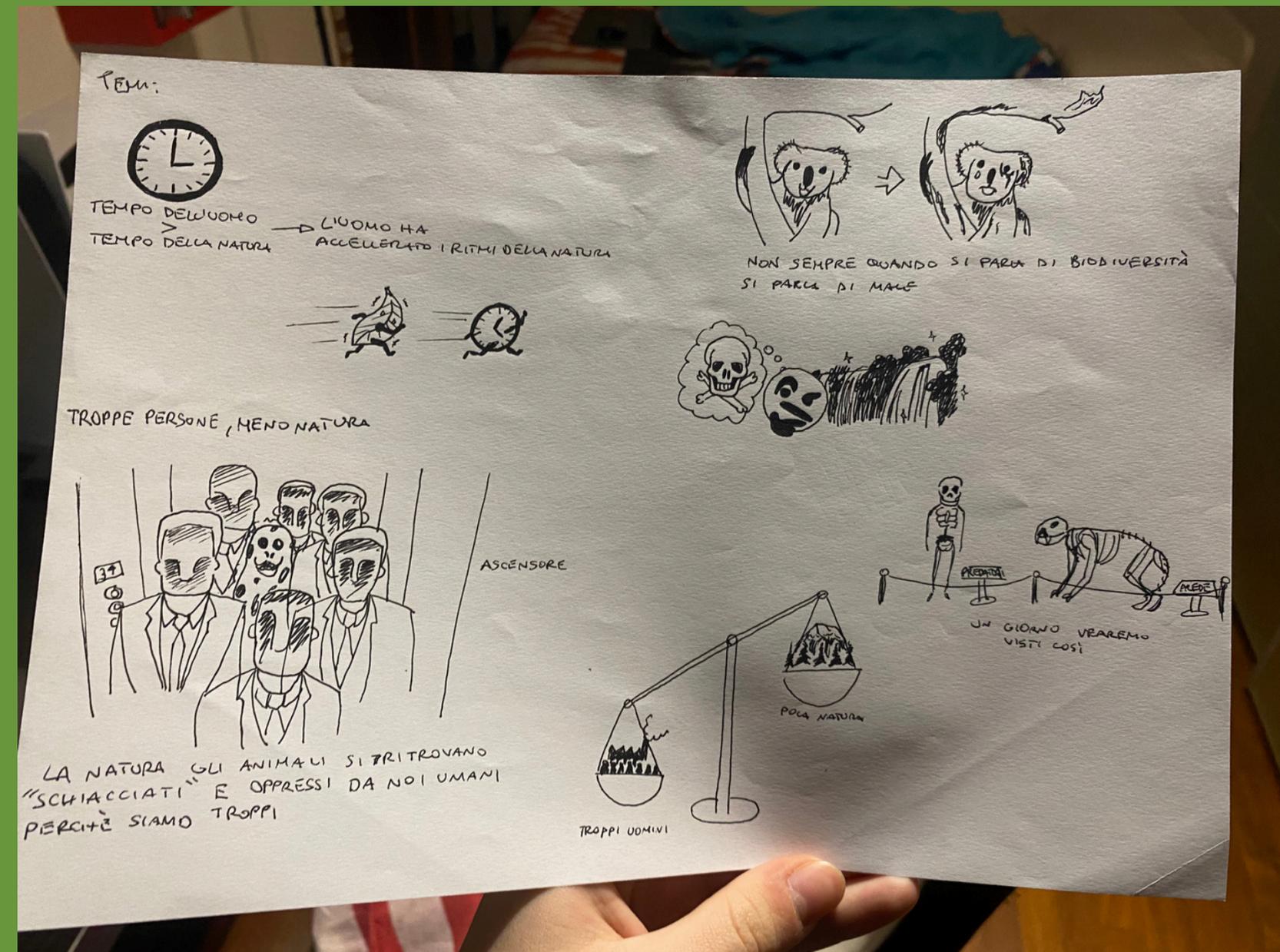
---

La seconda idea tratta il principio di quella precedente aggiungendo però come elemento chiave dei cartonati di scimmie per ogni vagone del treno così che, all'arrivo alla stazione, l'occhio umano, che vede fino ad un certo numero di frame, possa avere l'illusione che gli animali siano sopra ad essa fermi.



# IDEE ALTERNATIVE

Basandoci su dei concetti saltati fuori grazie ad una giornata di brain storming sull'argomento abbiamo realizzato questi sketch di qualche nostra idea, quelle più di impatto sono quella della foca in ascensore, della bilancia che si basano sul concetto della sovrappopolazione umana, ma anche quella del tempo la quale ci è risultata molto difficile da sviluppare.



**GRAZIE**