

AGENDA





LIFEGATE PLASTICLESS







LIFEGATE

- Vision e Mission
- Cosa Facciamo
- Media Network
- Community
- La sostenibilità in Italia



LifeGate è il punto di riferimento in Italia per lo sviluppo sostenibile.

VISION E MISSION



Vision

Creare un mondo sano, giusto e sostenibile. Trovare nella circolarità il nostro futuro: come nell'amicizia, nell'amore, prendere e restituire deve essere la base delle relazioni tra le persone, le imprese e il pianeta.

Mission

Creare il più grande **network internazionale di informazione** e servizi per persone, aziende, ong e istituzioni impegnate per un futuro sostenibile. LifeGate vuole essere **l'hub dell'innovazione sostenibile**, incubare idee basate su nuovi paradigmi, connettere menti, progetti e aziende. Presidiare tutte le aree di sviluppo più promettenti nel mondo con investimenti mirati in strumenti, media e tecnologie all'avanguardia, con un approccio volto all'individuazione delle più diverse esigenze delle persone e delle imprese che condividono l'impegno per un **mondo migliore**.

COSA FACCIAMO





Per le imprese

Servizi e soluzioni innovative per lo sviluppo sostenibile

Strategia e Comunicazione

- Consulenza e Reporting
- Progetti di Comunicazione
- Campagne Media

Servizi Energetici

- Energia e gas
- Illuminazione a Led
- Efficientamento energetico

Per le persone

Informazione e servizi per uno stile di vita sostenibile

Network di Informazione

- Servizi Sostenibili
 - Energia e Gas
 - Ambiente
 - Risparmio
 - Viaggi

MEDIA NETWORK



Media Network

LifeGate.it

9.000.000 utenti anno

LifeGate.com

730.000 utenti anno





Social media

Facebook: 590.000

Twitter: 23.700

Instagram: **42.800**

Linkedin: 6.500

LifeGate Radio

Oltre 400.000 ascoltatori in FM 300.000 in streaming







LifeGate TV

306.000 visualizzazioni





Newsletter

25.000 newsletter people **8.000** newsletter business

App mobile

16.000 user apple **4.000** user android

Novembre 2018

COMMUNITY





La community di LifeGate è formata in prevalenza da consumatori residenti nel **centro- nord**, principalmente **dai 30 ai 55 anni** (87%) con un **elevato profilo culturale** (il 51% di laureati); di questi, il 22% dichiara di essere **vegetariano**, un valore oltre 3 volte quello della media nazionale.

È una community che, pur essendo complessa ed eterogenea, dimostra di essere accomunata da valori ed interessi simili che sembrano attraversare le generazioni, provenienze geografiche e le differenze di genere.

Si tratta di consumatori **consapevoli, attenti e informati**; i loro valori e le scelte di vita sono al centro delle proprie leve di acquisto, ponendo grande attenzione al comportamento delle aziende in fatto di produzione ed erogazione di servizi. Sono pronti a cambiare opinione sulle aziende produttrici di beni e servizi se queste mostrano una chiara e forte intenzione ad operare nel rispetto delle persone e dell'ambiente.

È forte l'attenzione alla reputazione delle aziende e alla ricerca attiva di informazioni sull'origine dei prodotti per acquistare in modo consapevole soprattutto attraverso gli strumenti digitali di nuova generazione.

LA SOSTENIBILITÀ IN ITALIA





Quanto sono coinvolti gli italiani sulla sostenibilità?

APPASSIONATI (33%) ca. 16,6 mil.

18-34enni Titolo di studio: diploma/laurea Impiegati/docenti Possessori animali

INTERESSATI (41%) ca. 20,7 mil.

Uomini 35-54enni

DISINTERESSATI (26%) ca.13,1 mil.

Over 65enni Titolo di studio: media inferiore Casalinghe

Dati 4° Osservatorio Nazionale sullo Stile di Vita Sostenibile – LifeGate – Eumetra MR



- II problema
- La soluzione
- Le attività PlasticLess
 - PlasticLess per il mare
 - Comunicazione
 - ✓ Visibilità per lo sponsor
 - Stakeholder engagement
 - Consulenza
- Plus per lo sponsor



Il progetto di riduzione della plastica nei mari e di promozione dell'economia circolare

IL PROBLEMA



NEL 2050 RISCHIAMO DI AVERE PIÙ PLASTICA CHE PESCI



IL PROBLEMA





5 TRILIONI (MILIARDI DI MILIARDI) DI MICROPLASTICHE NEGLI OCEANI

E noi quanta plastica mangiamo?

- Nel Mediterraneo: nel 18% dei pesci ad alto valore commerciale, tra cui pesce spada, tonno rosso e tonno alalunga, ci sono frammenti di microplastiche
- In Italia: presenza significativa di microplastiche nelle cozze (40%), nel sale (39%) e nei gamberi (34,5%).

LA NOSTRA SOLUZIONE LIFEGATE PLASTICLESS



LA SFIDA DI LIFEGATE PLASTICLESS

Il progetto **LifeGate PlasticLess** promuove un vero e proprio **cambiamento culturale** nei modelli produttivi e di consumo per promuovere **l'economia circolare**, quindi riducendo l'utilizzo di plastica, offrendo soluzioni concrete alle aziende e alle persone.

Ma vogliamo anche intervenire subito per ridurre l'inquinamento dei nostri mari dalla plastica, per farlo, LifeGate PlasticLess ha scelto di adottare il dispositivo Seabin in grado di raccogliere dalle acque dei porti i rifiuti galleggianti di plastica, microplastica e microfibra, i più dannosi per la salute dei nostri mari.



ATTIVITÀ PLASTICLESS



LIFEGATE PLASTICLESS PER IL MARE

Recupero di rifiuti plastici nei mari italiani mettendo nei porti i Seabin, appositi dispositivi di raccolta dai mari della plastica, della microplastica fino a 2 mm e delle microfibre fino a 0,3 mm

COMUNICAZIONE

- Media network LifeGate: campagna dii comunicazione digital e social dedicata al progetto contraddistinta dalla tag #PlasticLess
- Attività di ufficio stampa, anche congiunto con gli sponsor (lancio, ongoing e storytelling)
- Storytelling delle aziende impegnate nell'economia circolare sul media network di LifeGate

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Iniziative di **edutainment** sui temi del progetto per **bambini** e **adulti** come i «Piccoli Ambasciatori del Mare» e iniziative di volontariato aziendale di clean up

ECONOMIA CIRCOLARE

- Supporto alle aziende verso un approccio produttivo circolare, lavorando su tutti gli aspetti della filiera
- Riutilizzo della plastica riciclata, raccolta in Italia e/o nei Paesi in Via di Sviluppo, per i processi produttivi delle aziende interessate

PLASTICLESS PER IL MARE LIFEGATE PLASTICLESS



Seabin può raccogliere in un anno mezza tonnellata di rifiuti plastici, incluse microplastiche fino a 2 mm.



TOGLIAMO LA PLASTICA DAI NOSTRI MARI!

Recuperiamo la plastica dai mari italiani attraverso l'utilizzo dei dispositivi Seabin da collocare in porti privati. Ogni dispositivo può recuperare oltre 500 Kg di rifiuti plastici all'anno, comprese le microplastiche fino a 2 mm di diametro.

COME PARTECIPANO LE AZIENDE:

Sponsorizzano l'installazione nei porti di uno o più Seabin e brandizzano i materiali di comunicazione nei porti, beneficiando della visibilità:

- nel porto: verranno posizionati nel porto un totem e un leggio brandizzati dall'azienda
- sul media network di LifeGate: logo e link azienda nella sezione partner, inserimento nella mappa, citazione nello storytelling di progetto con aggiornamento dedicato, citazione dello sponsor nella campagna social #PlasticLess e nelle Newsletter People e Business
- sui media italiani e locali: citazione nei comunicati stampa di LifeGate di aggiornamento del progetto con inserimento di un virgolettato aziendale, possibilità di attività di ufficio stampa congiunta con LifeGate
- sui canali dell'azienda: invio del kit di comunicazione del progetto composto dal logo, attestato digitale personalizzato, testi e immagini del progetto, contenuti social per i canali dell'azienda e i risultati sui benefici ambientali generati dai dispositivi sponsorizzati

Infine, possono brandizzare il merchandising di progetto, le borracce PlasticLess simbolo della riduzione della plastica per mari più puliti

PLASTICLESS PER IL MARE LIFEGATE PLASTICLESS





ENTRO GENNAIO AVREMO MESSO PIÙ DI 20 SEABIN NEI PORTI ITALIANI:

- 4 in Liguria
- 2 in Veneto
- 1 in Friuli
- 2 in Lombardia
- 2 in Emilia Romagna
- 4 nelle Marche
- 1 in Toscana
- 1 in Lazio
- 1 in Campania
- 1 in Calabria
- 1 in Sicilia
- 3 in Sardegna

ANDIAMO ANCHE OLTRE...

LifeGate sta già valutando l'installazione di Seabin PlasticLess in UK, Francia, Spagna, Grecia, Cipro, Malta e Israele.

PLASTICLESS PER IL MARE LIFEGATE PLASTICLESS



PERCHÉ SEABIN V5

Le altre soluzioni esistenti che affrontano i problemi di inquinamento dei mari non risultano abbastanza efficaci ed efficienti.

Tali soluzioni sono le "trash boats", ovvero imbarcazioni che raccolgono la spazzatura galleggiante tramite reti integrate alle barche. Un sistema costoso che non risulta davvero efficace secondo le marine che lo gestiscono. L'altro sistema, la raccolta manuale tramite l'utilizzo di retini, agisce solo sui rifiuti visibili e non sulle microplastiche, inoltre implica un grande impegno di tempo da parte del personale portuale.

Per questo LifeGate ha scelto Seabin che consente una efficace e continuativa raccolta dei rifiuti plastici galleggianti con minimo sforzo da parte del personale addetto.

Le caratteristiche di Seabin:

- Può funzionare 24h/giorno, 7/7 giorni
- È in grado di trattare 25.000 litri di acqua marina all'ora
- Ha una capacità di 20 Kg
- Necessita di interventi minimi (svuotamento, pulizia)



COMUNICAZIONE Piano di comunicazione #PlasticLess



SITO

Pubblicazione di nuovi articoli editoriali a tema (news di attualità, interviste, best practice, liste con fotogallery)

- Aggiornamento continuo delle schede progetto con i partner e gli sponsor aderenti
- Storytelling del progetto (dati, aggiornamenti, risultati, etc)
- Storytelling dei partner e degli sponsor (interviste, redazionali, etc.)
- Campagna banner periodica in homepage

SOCIAL MEDIA

- Facebook e Instagram:
 realizzazione di Facebook
 live e Instagram stories
 dai porti italiani coinvolti
 per l'installazione dei
 dispositivi brandizzati dagli
 sponsor
- Riprese social di tutti i contenuti correlati al progetto con #PlasticLess
- Attività ad hoc per gli sponsor, se di interesse

NEWSLETTER E RADIO

- Riprese dei principali contenuti correlati al progetto nelle Newsletter
 People e Business
- Periodica pianificazione di spot radiofonici dedicati a LifeGate PlasticLess
- Citazione periodica dei contenuti più rilevanti sul progetto nel GR radio «Sostenibilità in 1 minuto»

PORTI

- Brandizzazione dei dispositivi sponsorizzati, installati nei porti
- Supporti di comunicazione nei porti per spiegare il progetto, il funzionamento del dispositivo e fare awareness

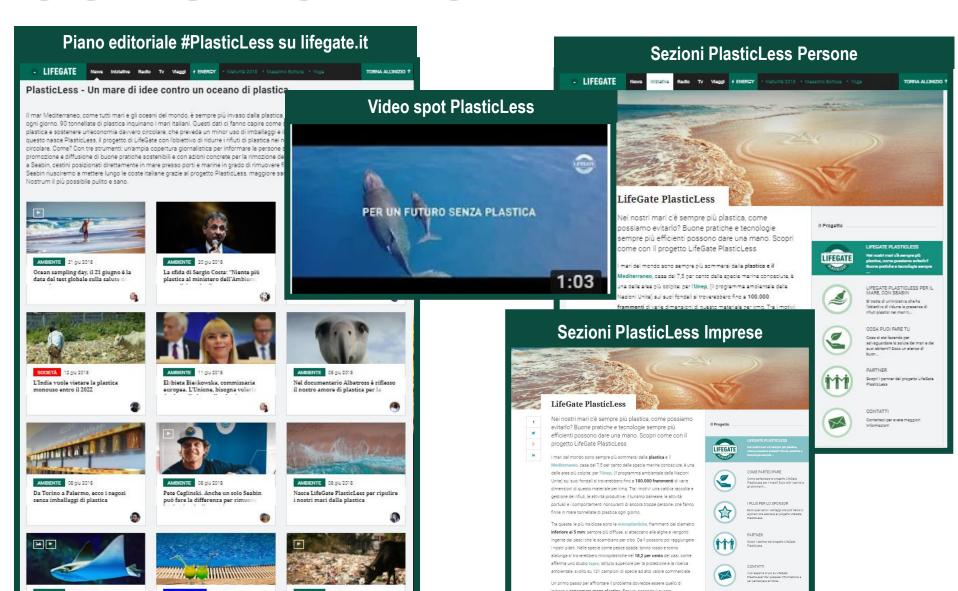
UFFICIO STAMPA

Comunicati stampa sugli aggiornamenti e risultati del progetto. Copertura testate e media nazionali generaliste e settoriali



COMUNICAZIONE

LIFEGATE PLASTICLESS







Servizi televisivi su LifeGate PlasticLess

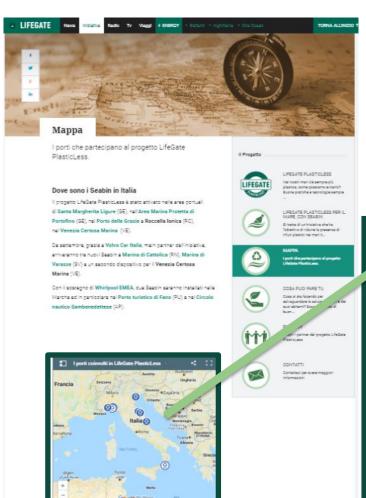












LA MAPPA DEI PORTI

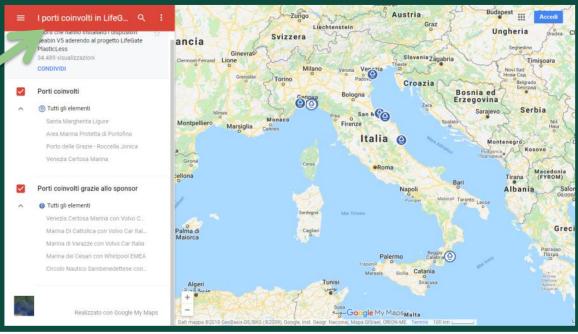
La mappa di LifeGate PlasticLess identifica tutti i porti coinvolti:



Porti coinvolti grazie agli sponsor che hanno acquistato i dispositivi



Porti coinvolti con i dispositivi acquistati dai porti stessi





NEL PORTO: Il porto riceverà da LifeGate i supporti di comunicazione brandizzati dallo sponsor in doppia lingua, italiano e inglese, composti da:



TOTEM

Dove: posizione visibile a scelta del porto

Dimensioni: h 180 cm x 42 cm larghezza

Messaggio in primo piano:

"Questo porto ha aderito a LifeGate
PlasticLess grazie a sponsor"

Messaggio sottostante: breve descrizione del progetto e qualche eco consiglio sulla riduzione della plastica

LEGGIO

Dove: da posizionare vicino al Seabin

Dimensioni: h 110 cm - formato inserzione A3 orizzontale

Messaggio in primo piano: «Qui abbiamo installato un Seabin grazie a sponsor»

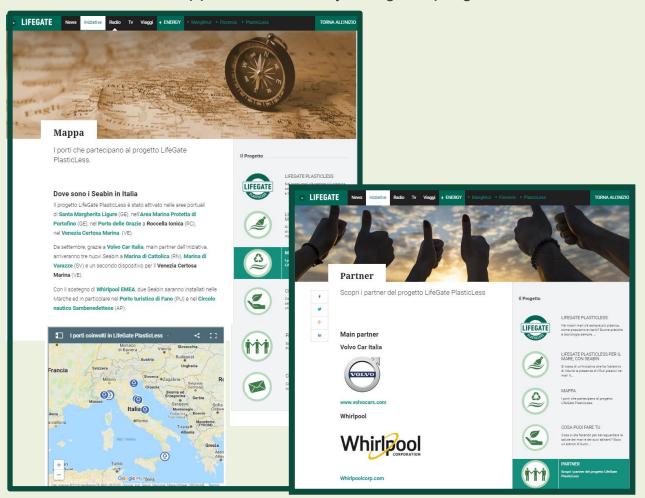
Messaggio sottostante: breve descrizione del Seabin e relativo funzionamento



LIFEGATE PLASTICLESS

NELLA SEZIONE DEDICATA A LIFEGATE PLASTICLESS SU LIFEGATE.IT: citazione su lifegate.it in

«Partner», nella «Mappa» e nello storytelling del progetto.







ATTIVITÀ PLUS DEDICATE

Esempio articoli dedicati su lifegate.it e video realizzati e pubblicati sui profili social @LifeGate per Volvo: l'articolo dedicato, il video reportage al Marina di Varazze (primo Seabin sponsorizzato Volvo installato), la clip promozionale e il Facebook live prima della conferenza stampa congiunta a Milano



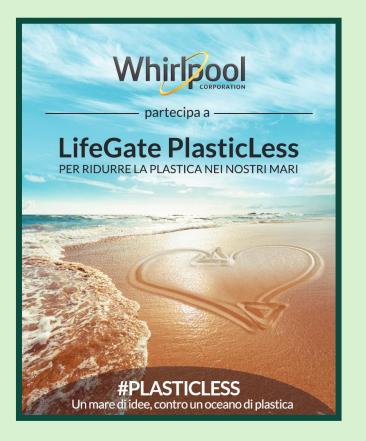








KIT DI COMUNICAZIONE PER LO SPONSOR (canali azienda): logo, attestato personalizzato, testi e immagini del progetto e i risultati sui benefici ambientali generati dai dispositivi sponsorizzati che l'azienda potrà valorizzare sui propri canali di comunicazione.









UFFICIO STAMPA

LifeGate supporta il progetto PlasticLess attraverso il proprio ufficio stampa, **anche congiunto con le aziende sponsor**, e attraverso attività di digital PR. Saranno diffusi i comunicati stampa relativi ai risultati del progetto e alle iniziative specifiche che verranno realizzate anche con gli sponsor. A <u>questo link</u> una selezione dei servizi televisivi dedicati al progetto.







ENGAGEMENT



LifeGate potrà realizzare diverse iniziative di coinvolgimento degli stakeholder di interesse per l'azienda come:

- Community LifeGate: oltre 6 milioni di persone particolarmente interessate ai temi di sostenibilità e agli stili di vita e di consumo sostenibili
- Clienti: le famiglie dei clienti/consumatori dell'azienda;
- Dipendenti: i collaboratori dell'azienda con i loro figli;
- Comunità locale/nazionale: i bambini/scuole del territorio di riferimento e/o di interesse dell'azienda.

Le attività di engagement potranno essere ad esempio:

- Attività social «One Like One Plastic» per ogni nuovo like sulla pagina Facebook dell'azienda sponsor, l'azienda devolverà un contributo per l'acquisto di un dispositivo Seabin volto alla raccolta dei rifiuti plastici nei mari e nei fiumi italiani
- Accademie di «<u>Piccoli Ambasciatori</u>» sui temi di sostenibilità del progetto da indirizzare ai bambini e alle loro famiglie, ad esempio «<u>Piccoli Ambasciatori del Mare</u>» o «<u>Piccoli Ambasciatori del Riciclo</u>».
- Iniziative di volontariato aziendale ad esempio con attività di clean up
- Workshop/eventi aziendali sui temi del progetto attraverso speech e quiz interattivi
- Eventi stampa congiunti









LE BORRACCE PLASTICLESS

Le attività di stakeholoder engagement possono prevedere, come reward, la **borraccia PlasticLess**, realizzata in alluminio, **100% BPA Free e 100% riciclabile**.

Questo oggetto rappresenta un valido alleato per ridurre l'utilizzo di bottiglie di plastica monouso, tra le principali cause di inquinamento di plastiche nei mari.

La borraccia che LifeGate ha scelto di abbinare al progetto PlasticLess è prodotta da **MIZU**, un oggetto culto nel mondo degli amanti della vita all'aria aperta.

Qui accanto un esempio del prodotto che potrà essere personalizzato con il logo dello sponsor.



ECONOMICA CIRCOLARE LIFEGATE PLASTICLESS



ATTIVITÀ DI CONSULENZA

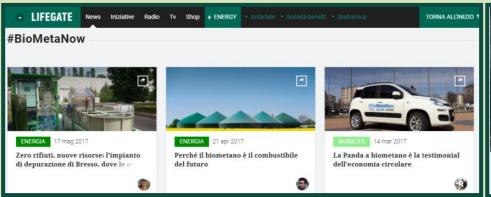
LifeGate sarà in grado di supportare le aziende industriali in tutte le parti della filiera da attivare per rendere possibile un approccio produttivo circolare: dall'approvvigionamento delle materie prime, agli aspetti logistici e tecnici, al design di prodotto, alla comunicazione e marketing dei prodotti sostenibili realizzati dall'azienda.

Nello specifico LifeGate potrà, ad esempio:

- supportare l'area vendite nell'introduzione di servizi ambientali in grado di arricchire l'attuale gamma di servizi e/o prodotti venduti
- supportare le aziende nell'esternalizzare la gestione di rifiuti
- supportare lo sviluppo commerciale delle aziende coinvolte nella produzione di materie prime seconde e prodotti in materiale riciclato

Esempio attività realizzata con FCA Group e il Gruppo Cap per il lancio di #BioMetaNow

il nuovo modello di panda alimentata a biometano grazie alla collaborazione tra LifeGate, Gruppo CAP e FCA Group. Oltre allo sviluppo dell'attività in comarketing, LifeGate ha realizzato la copertura editoriale in esclusiva per il lancio.





PLUS SPONSOR



- Rafforzare il posizionamento sostenibile dell'azienda associandola ad una iniziativa di grande visibilità, attualità e valore ambientale
- Valore ambientale del progetto: LifeGate potrà rendicontare i benefici ambientali delle azioni intraprese dallo sponsor nell'ambito del progetto
- Forte riconoscibilità dello sponsor su tutti i materiali di comunicazione del progetto e utilizzo da parte dell'azienda dei materiali di comunicazione predisposti da LifeGate al fine di valorizzare l'iniziativa sui canali delle aziende sponsor
- Visibilità offerta sul media network di LifeGate e su altri canali (ad esempio azioni di PR e ufficio stampa). Il tema "plastica" e "plastica nei mari" sono trend topic consolidati sui media LifeGate
- Alta notiziabilità dell'operazione e grande visibilità mediatica della tematica e del progetto
- Valorizzazione della propria partecipazione al progetto nell'ambito della propria strategia di CSR da rendicontare nel proprio Bilancio di Sostenibilità
- Coinvolgimento del target di interesse: il progetto suscita un forte interesse da parte dell'opinione pubblica e sarà possibile coinvolgerlo in iniziative on e off line dedicate.



LIFEGATE

via palermo 8, 20121 - milano, italy - +39 02 45374850 - info@lifegate.it - lifegate.it