

6 giugno 2013

## **Cei lancia “Zero Like”, web adv per l’8xmille 2013**

**I filmati sono firmati da Stefano Palombi di Another Place. Fino a fine mese su Youtube e su siti internet a target giovane**

La comunicazione della Cei per l’8xmille 2013 si arricchisce di una campagna specificamente pensata per l’online. Il titolo è “Zero Like”: i “like”, i “pollici alzati”, sono l’unità di misura del web che decreta le amicizie e gli “ammiratori”. Quanti più pollici alzati si riescono ad ottenere tanto meno ci si sente soli. Ma nel web, oltre che fuori, ci sono pure quelli che stanno in fondo alla classifica e che hanno “zero ammiratori”, “zero like”: gli “ultimi”, da sempre sostenuti dalla Chiesa. Zero Like fa conoscere agli internauti le persone aiutate grazie alle risorse provenienti dall’8x1000 (sul sito [www.chiediloaloro.it/storiezerolike/](http://www.chiediloaloro.it/storiezerolike/) e su youtube). I destinatari dell’8xmille sono volti che non attraggono simpatie e le cui storie raccontano dolore e speranza. I protagonisti dei “corti” (4/5 minuti) non sono attori e non hanno un copione da seguire. Sono i testimoni stessi dei progetti sostenuti da queste risorse destinate alla Chiesa. I filmati Zero Like non hanno un unico format visivo e un unico tono di voce, non danno punti di riferimento, per cercare di sorprendere lo spettatore ogni volta in modo diverso. Così le storie spaziano dallo spot sociale al documentario, dal video surreale al music video, dallo short film alla testimonianza in prima persona. La campagna è stata realizzata da Stefano Palombi di Another Place, ideatore e regista dei video, ed è online fino a fine mese. Diversi i siti coinvolti nella pianificazione, specificamente pensati per un target giovane. Il planning coinvolge anche Youtube.

Walter Macchioli