

Il marchio di profilattici coinvolge il Bo

Nuova campagna Durex

l'azienda chiede idee agli studenti dell'ateneo

IL CASO

Qual è il nesso tra il marchio di profilattici più noto d'Italia e il burattino di legno più amato di sempre? Sono chiamati scoprirlo, cimentandosi con vignette ironiche e irriverenti, gli studenti del corso di laurea in Comunicazione dell'Università di Padova, che parteciperanno al concorso lanciato da Durex Italia: l'azienda ha infatti organizzato un contest per realizzare un post da spendere sulle pagine social, in occasione del 138esimo anniversario della nascita di Pinocchio, il prossimo 7 luglio.

Via libera all'ironia e alla malizia, che caratterizzano le pagine social della ditta: la Durex, con i suoi seguaci che vanno dai teenagers alle persone più mature, nel mondo del web è attivissima e non perde l'occasione per lanciare messaggi divertenti, impertinenti, qualche volta un po' provocatori. E anche questa volta, nel compleanno di Pinocchio, ha intravisto un'opportunità di marketing. Ha quindi coinvolto l'Università, dove il professor Marco Bettiol ha accolto la proposta

con entusiasmo. «Per i ragazzi è un gioco intelligente e molto divertente» spiega «nonché un modo per mettersi in gioco e prepararsi fin dagli anni di studio al mondo del lavoro. Durex è un brand molto legato all'ironia, che ha voluto lanciare questa proposta ai nostri studenti: la partecipazione è volontaria ma la platea dei possibili interessati è di 500 giovani».

Per gli studenti interessati, domani alle ore 18 sulla pagina Instagram di "Comunicazione Unipd" è prevista un'intervista live con Nicolò Scala, category marketing manager di Durex Italia, che con l'occasione spiegherà maggiori dettagli sul contest e risponderà alle eventuali domande dei ragazzi. «È sempre un grande piacere» dice Scala «coinvolgere gli studenti universitari nella realizzazione di iniziative di brand, perché il loro contributo è fresco e privo di quegli schemi mentali che colpiscono chi si occupa di marketing da più anni».

Una volta selezionato, il post vincitore sarà pubblicato sulle pagine social di Durex Italia. —

SILVIA QUARANTA

© RIPRODUZIONE RISERVATA