



## Al via #iosonociòchevedi, campagna di comunicazione sul valore dell'autenticità

*Solo se la tua immagine è reale puoi essere autentico  
Solo se il tuo messaggio è vero puoi generare relazioni costruttive  
Solo se mostri davvero chi sei le persone si fidano e si affidano*

*Dodici testimonial al femminile raccontano la loro storia con il web e confessano quanto essere persone vere sia stata la scelta vincente per la crescita della loro professionalità, anche attraverso la rete.*

**Milano, 13 aprile 2017** – Giovedì 13 aprile parte ufficialmente la campagna di comunicazione “#iosonociòchevedi”, iniziativa promossa dall’Agenzia DUEL – Web Star Agency e sostenuta da Fratelli Rossetti, Levico Acque e Astoria Wines come sponsor.

Obiettivo della campagna è sensibilizzare il pubblico sui concetti di trasparenza, coerenza e autenticità sul web; in generale come valori che dovrebbero essere propri di ogni individuo anche nella vita reale; in particolare sul web come principi sui quali basare relazioni costruttive e sostenere in modo efficace anche la propria immagine professionale.

“Oggi siamo tutti personaggi pubblici – dichiara Giovanna Vitacca, Personal and Business Style Coach, Founder #iosonociòchevedi - Basta avere un profilo social per essere sotto le luci dei riflettori. Il nostro pubblico sono i nostri amici in primis, ma per chi lavora con il web il pubblico è tutta la community fatta di clienti, partner, fornitori, colleghi, influencer. La grande differenza rispetto agli attori che calcano le scene è che noi siamo persone vere, non stiamo recitando o interpretando un ruolo. Noi dobbiamo essere autentici per generare identificazione, riconoscimento, credibilità”.

#iosonociòchevedi dunque si propone di spingere gli utenti della rete a sintonizzare forma e sostanza, immagine esteriore e contenuto, vita reale e virtuale affinché anche la piazza del web sia un'estensione del proprio mondo e non un universo parallelo dove essere altro da sé o addirittura proporsi con profili finti e ingannevoli che generano solo false aspettative e delusione.

La campagna, che durerà fino a fine luglio 2017, è in realtà solo il primo atto di un progetto più ampio che vuole affermare #iosonociòchevedi come brand dedicato alla promozione e diffusione di messaggi e contenuti di valore legati al mondo della comunicazione, dell'immagine e della coerenza tra le due anime. La Rete è il mezzo privilegiato per sostenere questa iniziativa e per creare una community di riferimento che condivide i temi trattati e a sua volta sia propulsore per la loro divulgazione.

Community fatta non solo di utenti, professionisti, influencer, ma anche di aziende che hanno fatto dell'autenticità una delle loro fondamenta per costruire la propria credibilità e reputazione.

“E’ il caso di Fratelli Rossetti, Levico Acque e Astoria Wines che hanno sposato con entusiasmo l’iniziativa, ma ci auguriamo altre aziende accolgano il nostro invito a sostenere la campagna e diffonderne i messaggi. Oggi più che mai l’utente, il consumatore deve credere in realtà i cui valori siano saldi e onesti; solo se mi fido di un professionista, di un brand posso scegliere di affidarmi ai suoi servizi o acquistarne i prodotti” aggiunge Daniela Pellegrini, Co-Organizer #iosonociòchevedi, Marketing and Communication Consultant.

Oggi la campagna si presenta con il format della video intervista a un panel di 12 donne, ciascuna rappresentativa di un ambito professionale, che attraverso il racconto della loro storia personale, testimoniano quanto la verità del loro messaggio sia stato premiante e quanto il web sia stato importante e strategico per la loro attività.

Le interviste vivranno in Rete: saranno pubblicate sul canale ufficiale Youtube (<https://youtu.be/Qv1heGX1NE4>) e sulla pagina Facebook (<https://www.facebook.com/iosonociòchevedi/?fref=ts>) e Instagram, una ogni dieci giorni.

“Coinvolgere solo le donne non è discriminante verso gli uomini, in autunno è prevista una seconda edizione dedicata solamente a volti maschili - conclude Giovanna Vitacca. Semplicemente, per partire, ci è sembrata la scelta più naturale perché sono state due donne a dar vita a questo progetto e, si sa, le donne sono generalmente più social e tendono a creare maggiore sinergia tra vita privata e professionale”.

Le protagoniste della campagna “#iosonociòchevedi” sono:

1. **Ippolita Baldini**, Attrice
2. **Valeria Benatti**, Speaker radiofonica RTL e Scrittrice
3. **Annarita Briganti**, Giornalistica culturale e Scrittrice
4. **Giada Curti** – Stilista
5. **Margaret Dallospedale** – Blogger
6. **Mafe de Baggis** – (Digital) Media Strategist
7. **Laura Luz** – Cantante
8. **Stefania Mariposa** – Fotografa
9. **Benedetta Mazza** – Presentatrice
10. **Selena Pellegrini** – Imprenditrice
11. **Eleonora Rocca** - Imprenditrice
12. **Barbara Rossi** – Manager Sportiva, Pedagogista

\*\*\*

Per informazioni:  
Ufficio stampa  
DUEL – Web Star Agency  
[info@duelhq.com](mailto:info@duelhq.com)  
388 4866973