



for a living planet®

Primo commento sui referendum del 12 e 13 giugno

**IL WWF: L'ITALIA E' UN PAESE CAPACE DI FUTURO
LA SCOMMESSA SULLA RETE RISULTA VINCENTE
SU FACEBOOK IL 'PANDA' REALIZZA IN 10 GIORNI 1,4 MLN DI VISUALIZZAZIONI**

“E’ un’Italia *capace di futuro*, quella che ha contribuito al raggiungimento del quorum (come emerge dai primi dati e dalle proiezioni al momento disponibili). Fuori dai canali ufficiali dei media generalisti, mille voci e mille voci *in rete* non hanno ceduto alla consegna del silenzio o dell’indifferenza, dimostrando una voglia di partecipazione impetuosa, che si è espressa attraverso canali di comunicazione non convenzionali. Il popolo italiano ha voluto dire la sua su scelte fondamentali per il futuro della comunità nazionale quali quelle relative alla gestione dell’energia e dell’acqua, nel rispetto del principio di equità sociale e tra la attuali generazioni e quelle future.”, **commenta il presidente del WWF Italia, Stefano Leoni.**

I NUMERI DEL DEL TAM TAM DEL WWF IN RETE...E NON SOLO

Sin dall’inizio il WWF - mentre i principali media tv oscuravano i referendum al punto di non dare negli ultimi giorni addirittura rilievo alla notizia dell’invito al voto del Presidente della Repubblica - ha puntato a mandare messaggi *in rete* su internet, sul proprio sito ufficiale nel web e su facebook, sulle emittenti locali, producendo testi e video in un continuo crescendo. “**Non farti prendere per il naso**”, con la silhouette di un Pinocchio, ha smascherato un mese fa i luoghi comuni su acqua e nucleare, accompagnato da *pillole* video con esperti nazionali del WWF sulle varie materie.

Tre settimane fa il messaggio è stato rilanciato con un appello spot tv (di 1 minuto) e radio (30 secondi) del presidente nazionale del WWF **Stefano Leoni**, pubblicati sul sito ufficiale (www.wwf.it, che in questi giorni ha oscillato tra il **5 mila e sino ai 10 mila visitatori giornalieri**) e distribuiti a tutte le radio e tv locali per i messaggi gratuiti autogestiti.

Due settimane fa è stata la volta di “**Dimmi di sì**”, per la raccolta in rete di messaggi, immagini e video autoprodotti da chi naviga in rete visitando il sito del WWF, ma anche il profilo del WWF su **Facebook** (che in questi giorni ha registrato anche **25 mila contatti quotidiani**).

Nell’ultima settimana sia il sito web ufficiale che il profilo istituzionale su Facebook sono stati continuamente aggiornati alimentando un “passa parola” su tutti i siti amici del WWF. Importanti i risultati dell’azione WWF su **Facebook, che negli ultimi 10 giorni ha raggiunto 1.376.398 visualizzazioni**, con una media giornaliera di 25 mila e un picco l’8 giugno (coincidente con l’evento dei runners WWF “Io corro a votare SI”, la catena umana a piazza Plebiscito a Napoli promossa da WWF e Greenpeace e il convegno del WWF per i giuristi a Milano).

Infine, **due newsletter** inviate nell’ultimo mese destinate ad un ‘pubblico’ di **250 mila persone** (l’ultima a ridosso del silenzio elettorale), con l’invito al voto e le informazioni di base per esercitare il voto correttamente, bucando così la disinformazione dei maggiori network nazionali.

Roma 13 giugno, 2011 - Ufficio stampa WWF Italia - tel. 06-84497.377, 02.83133233
Cell. 329-8315725 , 329-8315718 - TUTTE LE INIZIATIVE DEL WWF SUL SITO
www.wwf.it

Lo scopo finale del WWF è fermare e far regredire il degrado dell’ambiente naturale del nostro pianeta e contribuire a costruire un futuro in cui l’umanità possa vivere in armonia con la natura.

Registrato come:
WWF Italia
Via Po, 25/c
00198 Roma

Cod.Fisc. 80078430586
P.IVA IT 02121111005

Ente morale riconosciuto con
D.P.R. n.493 del 4.4.74.

Schedario Anagrafe Naz.le
Ricerche N. H 1890ADZ.

O.N.G. idoneità riconosciuta
con D.M. 2005/337/000950/5
del 9.2.2005 – ONLUS di
diritto

