

## "All we need is pre-loved", il progetto di **Subito** per raccontare l'impatto positivo della **second hand economy**

LINK: <https://www.tgcom24.mediaset.it/tgcomlab/all-we-need-is-pre-loved-il-progetto-di-subito-per-raccontare-l-impatto-positivo-della-second-hand-e...>



28 giugno 2022 14:43 "All we need is pre-loved", il progetto di **Subito** per raccontare l'impatto positivo della **second hand economy** Con 4 ambassador come Orietta Berti, M¥SS KETA, Giulio Scarano e Nicolò De Devitiis, la campagna vuole creare consapevolezza su come gli oggetti di seconda mano contribuiscano alla salvaguardia del pianeta commenta **Subito Subito**, piattaforma n.1 in Italia per vendere e comprare in modo sostenibile con oltre 13 milioni di utenti unici mensili, ha lanciato un nuovo progetto, "All we need is preloved". Si tratta di una campagna di sensibilizzazione sul contributo che tutti possono dare al benessere del pianeta, con un gesto semplice come la compravendita dell'usato. Gli ambassador - Attraverso 4 ambassador d'eccezione come Orietta Berti, M¥SS KETA, Giulio Scarano e Nicolò De Devitiis, la nuova campagna vuole creare

maggiore consapevolezza sull'impatto della **second hand economy** e mostrare come il valore aggiunto degli acquisti pre-loved provenga dalla storia che questi oggetti hanno da raccontare, ma anche dal loro impatto ambientale. Infatti, vendendo o comprando oggetti di seconda mano, si allunga la vita di un prodotto e si contribuisce alla diminuzione delle emissioni di CO2 generate dalla produzione del nuovo. Le fasi del progetto - Il progetto, sviluppato in più fasi, ruota attorno ai 4 ambassador, che saranno coinvolti e coinvolgeranno a loro volta i propri follower social. Dopo un unboxing teaser, dove hanno mostrato i loro ultimi acquisti, riveleranno attraverso un video che quegli oggetti sono pre-loved, spiegando al contempo come ogni oggetto "rimesso in circolo" possa contribuire alla salvaguardia del pianeta. Infatti, delle cuffie usate

fanno risparmiare 10 kg di emissioni di CO2, una T-shirt 2 kg, una sedia 72 kg, uno smartphone 47 kg. L'impegno di M¥SS KETA - "Ogni giorno compio delle azioni sostenibili nel mio quotidiano, dal viaggiare in treno al consumare sempre nei limiti di ciò che è necessario e comprare second-hand. Per questo ho scelto di partecipare al progetto 'All we need is pre-loved', perché credo nell'importanza di dare e ricevere una seconda chance", commenta M¥SS KETA. I 4 ambassador, dal 13 giugno, hanno messo in vendita su **Subito** 20 oggetti personali e iconici, come la mascherina ghardcore di M¥SS KETA utilizzata per il videoclip di Giovanna Hardcore, oppure il ventaglio piumato utilizzato da Orietta Berti nel video musicale di "Mille" con Fedez e Achille Lauro. Le parole di Orietta Berti - "Ogni azione, oggetto o progetto ha contribuito a rendermi quel che sono oggi. Per me gli oggetti e le

cose che mi sono appartenute sono preziosi, hanno un sapore del mio vissuto e condividerli ci insegna inoltre a salvaguardare il benessere del nostro pianeta e donare felicità a chi decide di dargli una seconda occasione", commenta Orietta Berti. La vendita degli oggetti - Gli articoli verranno caricati in piattaforma e svelati uno al giorno per 20 giorni di attività. Saranno poi venduti mediante il servizio TuttoSubito all'utente più veloce nell'aggiudicarselo. Il ricavato sarà interamente devoluto alla Fondazione Sicomoro per l'Istruzione Onlus, che fa parte del progetto "Scuola delle seconde opportunità" e che si occupa proprio di offrire una seconda occasione a studenti tra i 13 e i 16 anni a rischio di dispersione scolastica. L'intervento del presidente Brambilla - "Siamo orgogliosi che una realtà importante e impegnata a diffondere comportamenti sostenibili come Subito, abbia scelto la nostra Fondazione per contribuire a donare una seconda occasione ai ragazzi", commenta Eugenio Brambilla, presidente della Fondazione Sicomoro. "Il nostro impegno quotidiano e la nostra missione è affiancare i giovanissimi a rischio abbandono scolastico e reinserirli nel percorso di

studi pubblico, perché possano riprendere il loro iter formativo, che è anche e soprattutto un percorso di formazione e crescita come individui e cittadini", aggiunge. Campagna (anche) social - La campagna "All we need is preloved" sarà live fino metà luglio 2022 su Instagram e sui canali proprietari di Subito. Il racconto del progetto e gli approfondimenti sugli ambassador troveranno spazio su Subito Magazine, mentre per essere aggiornati in tempo reale sull'iniziativa è sufficiente seguire il profilo Instagram di Subito. Le notizie del giorno