

SECOND LIFE

Rigenerazione dei materiali fieristici che crea valore per il brand.

good
com

dotlab[®]

DALLO SCARTO ALL'OPPORTUNITÀ

Al termine di una fiera, molti materiali esauriscono la loro funzione primaria pur mantenendo un potenziale narrativo e materiale intatto.

Second Life trasforma questa criticità in una nuova risorsa progettuale per l'azienda.

**TRASFORMAZIONE
DEL FINE VITA: IL
TUO STAND HA
UNA STORIA CHE
MERITA DI
CONTINUARE.**

IL PARADOSSO DELL'ALLESTIMENTO FIERISTICO.

100% → **Esaurimento
della funzione
espositiva** = **Spreco
potenziale**
(Valore materiale, progettuale
e narrativo disperso)

Effort
Progettazione
& Materiali

Al termine di una fiera, i materiali esauriscono la loro funzione primaria pur conservando intatte le loro qualità. Second Life interviene in questo esatto passaggio: trasformare una criticità ambientale in un'occasione concreta di valore.

CHE COS'È SECOND LIFE E COSA FA

Un'iniziativa sviluppata tra GoodCom e Dotlab per dare una **seconda vita agli allestimenti attraverso processi di recupero, selezione e rigenerazione.**



CIRCULAR DESIGN

Ogni materiale viene osservato non solo per la sua natura tecnica, ma per il suo potenziale di trasformazione in nuovi oggetti, arredi o strumenti di valore.

DA GESTIONE DEL FINE VITA A CREAZIONE DI VALORE CONTINUO.

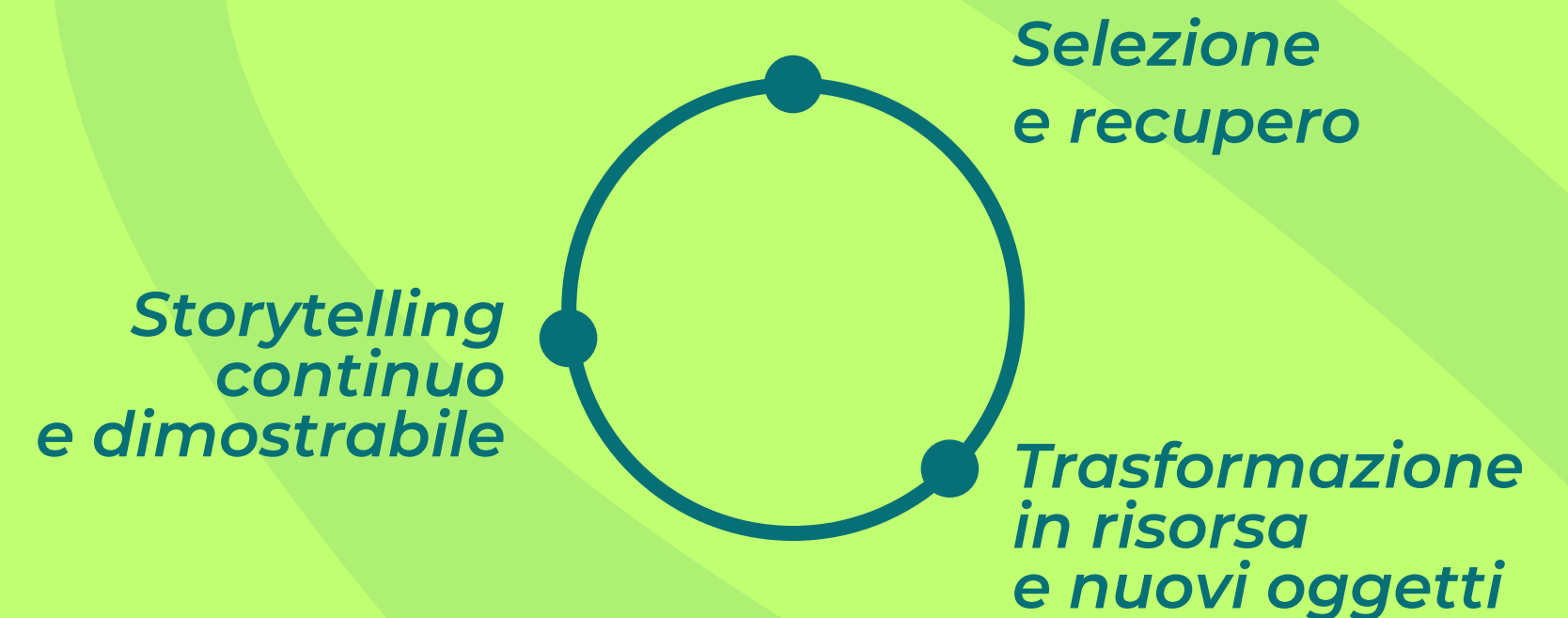
IL MODELLO LINEARE

L'approccio tradizionale

- 
- *Dismissione immediata*
 - *Generazione di scarti e costi*
 - *Fine irreversibile della narrazione aziendale*

IL MODELLO SECOND LIFE

L'approccio circolare



UN TRIPLO VALORE

AMBIENTALE

Riduce drasticamente
gli sprechi e prolunga il
ciclo di vita utile dei
materiali post-evento.

SOCIALE

Attiva collaborazioni con
cooperative e laboratori
del territorio per percorsi
di inclusione.

NARRATIVO

Rende visibile, concreta
e dimostrabile una
scelta di responsabilità
aziendale.

I VANTAGGI PER L'AZIENDA

- ✓ **Posizionamento:** rafforzamento della leadership sulla sostenibilità.
- ✓ **Asset Tangibili:** produzione di oggetti con impatto reale
- ✓ **Storytelling:** passaggio dal "dire" al "fare" con prove tangibili.
- ✓ **Impatto positivo per ambiente e persone:** recupero di un rifiuto e generazione di valore condiviso per la comunità di riferimento.

***"Ciò che normalmente
verrebbe percepito come
scarto diventa una
risorsa, un nuovo oggetto,
un'iniziativa utile."***

Conformità normativa e rispetto della Green Claims Directive.

GoodCom verifica legalmente ogni comunicazione ambientale, garantendo che i claim siano fondati su fatti dimostrabili e conformi alle normative in vigore proteggendo il brand da rischi di greenwashing e da conseguenze reputazionali e legali.

TESSUTI

Trasformazione in shopper, pouch, pouch tessili o oggetti in edizione limitata e irripetibile.

LEGNO

Rilavorazione in piccoli arredi, fioriere, elementi per spazi collettivi o comunità locali.

PLASTICA

Componenti plastici reinterpretati come vasi, supporti espositivi o oggetti per iniziative green partecipative.

Valore relazionale: trasformazione in gift istituzionali per dipendenti e stakeholder che conservano la traccia visiva dell'evento.

PROGETTO ESEMPIO

DA RIFIUTO A RISORSA PREZIOSA

PER **OLITALIA** ABBIAMO IDEATO E SVILUPPATO UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE **ORIENTATA ALLA RISTORAZIONE PER SENSIBILIZZARE SUL TEMA DEL RICICLO DEGLI OLI VEGETALI ESAUTI**.
PRESENTATA A CIBUS PARMA 2024



Dopo aver ideato e sviluppato il concept abbiamo creato un **vademecum ricco di consigli pratici su come raccogliere e smaltire l'olio esausto**, per aiutare i ristoratori a diventare protagonisti attivi della sostenibilità.

In collaborazione **con la cooperativa Felici da Matti - GREENHEROES premiata da Alessandro Gassmann**, abbiamo realizzato saponi derivati dall'olio esausto, distribuiti ai ristoratori per dimostrare concretamente come l'olio possa essere rigenerato.

Per estendere la campagna abbiamo **gestito contenuti digitali** – post e reel sui social media – per amplificare il messaggio e **sensibilizzare un pubblico più ampio sull'importanza della sostenibilità anche nelle nuove generazioni**.



PROGETTO ESEMPIO - IDEAZIONE

SWEET SECOND LIFE

UN'IDEA PER UN BRAND CHE PRODUCE
CREME AL CACAO E NOCCIOLE

PARTIAMO DAI MATERIALI DA RECUPERARE POST FIERA

IL CANVAS CON RETRO PLASTIFICATO:

il materiale sarà affidato a laboratori sociali per diventare nuovi oggetti tessili.

IL LEGNO DELLA STRUTTURA

potrà essere rilavorato per la produzione case per gli scoiattoli o fioriere destinate a scuole e comunità.

I SECCHI IN PLASTICA ALIMENTARE DELLE LINEE PROFESSIONAL

una volta lavati, troveranno nuovo uso come contenitori o come vasi per progetti green.

✓ PROGETTO ESEMPIO - IDEAZIONE

TELI CANVAS CON RETRO PLASTIFICATO - LIMITED EDITION

Il canvas utilizzato per lo stand, con il suo retro plastificato, è un materiale complesso e difficile da inserire nei circuiti tradizionali di riciclo. Proprio per questo diventa un'opportunità creativa: affidato a laboratori sociali di sartoria, ogni telo verrà tagliato e trasformato in oggetti tessili come shopper, pochette o cestini porta tutto.

OGNI PEZZO SARÀ UNICO E IRRIPETIBILE, PERCHÉ RICAVALTO DA UNA PORZIONE DIVERSA DI TELO. QUESTO SIGNIFICA CHE NON ESISTERANNO DUE BORSE UGUALI: LA GRAFICA ORIGINALE DELLO STAND DIVENTERÀ UN DETTAGLIO ESTETICO DISTINTIVO. PER VALORIZZARE QUESTO ASPETTO, GLI OGGETTI POTRANNO ESSERE NUMERATI COME OPERE D'ARTE IN EDIZIONE LIMITATA, TRASFORMANDO UN MATERIALE DI SCARTO IN UN OGGETTO COLLEZIONABILE E CARICO DI SIGNIFICATO.



PROGETTO ESEMPIO – IDEAZIONE

PARTI IN LEGNO DELLO STAND

Il legno dello stand, al termine della fiera, non verrà disperso ma trasformato in un oggetto simbolico e utile: **piccole casette/nidi per scoiattoli**. Un gesto che unisce la missione ambientale del Brand con la sua materia prima più iconica, la nocciola.

Le casette saranno realizzate in laboratori di falegnameria sociale.

A occuparsi della distribuzione potranno essere associazioni ambientaliste come WWF, Lipu o Legambiente

Ogni casetta avrà una targhetta discreta con la scritta “Realizzato con *NOME BRAND*”, un segno di riconoscimento che rafforza lo storytelling senza risultare invasivo.

Recupero materiale a fine ciclo fiere (2 anni)



PROGETTO ESEMPIO - IDEAZIONE

SECCHI D'ARTE

I grandi secchi in plastica alimentare delle linee Professional, una volta lavati e sanificati, possono diventare il cuore di una campagna che unisce arte e sostenibilità. I secchi, di per sé oggetti industriali e anonimi, diventano tele bianche affidate alla creatività di artisti, illustratori e studenti di accademie d'arte.

OGNI SECCHIO DIPINTO DIVENTA UN PEZZO UNICO, TRASFORMATO IN VASO, CONTENITORE O OGGETTO ESPOSITIVO E DIVENTA L'OCCASIONE PER CREARE UNA COLLEZIONE DI SECCHI D'ARTISTA FIRMATA DAL BRAND.

Il progetto può coinvolgere sia artisti affermati che giovani talenti, creando un ponte tra cultura e impresa. Una parte delle opere può essere esposta in azienda o durante eventi fieristici; altre possono essere donate a scuole, orti urbani e comunità, diventando vasi per piante e simboli di crescita.

PLUS

Mostra temporanea: esposizione dei Secchi d'Artista nello stand o in azienda.

Mini-serie video: raccontare ogni trasformazione con interviste agli artisti.

Edizione limitata: alcuni secchi numerati e firmati, donati come corporate gift esclusivi.



UN SISTEMA MODULARE PROGETTATO PER SCALARE.

Attivazione Puntuale
Intervento mirato su un singolo
evento o su uno specifico
stand fieristico.

Percorsi Continuativi
Approccio ricorrente e
strutturato applicato a
molteplici eventi durante
l'anno.

Ecosistema Narrativo
Sviluppo di oggetti per uso
interno, gifting, engagement
aziendale e campagne di
comunicazione dedicate
basate sullo storytelling dei
materiali.

Modulabile. Flessibile. Scalabile sulle ambizioni dell'azienda.

LA NOSTRA IDENTITÀ: SOSTENIBILITÀ COME METODO

Cosa significa:

- Creare contenuti non solo green, ma etici, inclusivi e responsabili
- Lavorare in modo circolare, usando ogni progetto come base per quelli successivi
- Valorizzare il capitale relazionale, non solo quello commerciale
- Preferire percorsi evolutivi, non campagne spot
- Porre attenzione alla reale accessibilità della comunicazione (linguistica, visiva, emotiva)

GoodCom è una società di consulenza per la comunicazione che aiuta le aziende a valorizzare l'impatto positivo delle proprie azioni con progetti di comunicazione values-based, rivolti a diversi tipi di stakeholder: pubblico, collaboratori, investitori e media.

Convinti che la redditività del business non può prescindere da una cultura della sostenibilità trasversale e integrata e viceversa, sviluppiamo e comunichiamo "buone pratiche" che superano la separazione tra performance economica e performance sostenibile facendolo attraverso percorsi mirati, basati sulla qualità e la concretezza dei contenuti.

Supportiamo i partner nella definizione e promozione di uno storytelling strategico sui temi ESG e nella diffusione dei valori aziendali attraverso diverse tipologie di attività. Il nostro team riunisce profili esperti nel campo del design culturale, sociale e ambientale:

- Intellettuali che promuovono gli aspetti culturali e sociali dei progetti,
- Professionisti della comunicazione con una seniority di rilievo alle spalle provenienti da diversi settori.
- Sustainability Consultant che integrano gli aspetti tecnici dell'approccio ESG con le attività di comunicazione,
- Esperti in Innovazione aziendale e Employer Engagement,
- Avvocati che tutelano il cliente dal rischio di Greenwashing e simili.

SECOND LIFE NON SI LIMITA A GESTIRE UN FINE CICLO, MA LO TRASFORMA IN UNA NUOVA OCCASIONE DI SENSO.



Per informazioni:

info@goodcom.it

+39 0733 1653254

+39 340 9697191

Nota:

Tutti i contenuti, i concept e gli elementi distintivi presentati in questo documento sono di proprietà esclusiva di GoodCom Srl SB. Il marchio "Second Life" e le attività che caratterizzano il progetto sono attualmente oggetto di domanda di registrazione presso gli uffici competenti; ogni diritto è riservato. La condivisione avviene a titolo riservato e confidenziale, è vietata ogni forma di riproduzione, o utilizzo, anche parziale, senza il preventivo consenso scritto del titolare.