

SIM MARKETING FOR GOOD 2025: ANNUNCIATI I VINCITORI DELLA COMPETIZIONE DIGITALE CHE UNISCE MARKETING E NON PROFIT IN PARTNERSHIP CON LA LEGA DEL FILO D'ORO

361 studenti da 19 atenei di tutta Italia hanno preso parte alla digital competition, con l'obiettivo di sensibilizzare sulla sordocecità attraverso Instagram, promuovendo inclusione e consapevolezza sociale e confermando la forza del marketing orientato al bene comune. Al primo posto Antonella Mastrodonato dell'Università di Bari, seguita in seconda posizione da Chiara Fortunato e, al terzo posto, Alessia Maria Mazza, entrambe dell'Università di Catanzaro.

Osimo, 28 maggio 2025 - Si è svolta lunedì 26 maggio, con un evento in video call, la **cerimonia di premiazione** della **seconda edizione di SIM Marketing for Good**, la **digital competition** promossa dalla **Società Italiana Marketing** in collaborazione con la **Fondazione Lega del Filo d'Oro**, da 60 anni punto di riferimento in Italia per la sordocecità e pluridisabilità psicosensoriale.

L'iniziativa, giunta alla sua seconda edizione, si pone l'obiettivo di coinvolgere studenti e studentesse di tutta Italia nel supportare un progetto o un'organizzazione non profit e, al tempo stesso, dimostrare che attraverso il marketing si può fare del bene. Quest'anno, la competizione ha visto la partecipazione di **361 studenti e studentesse provenienti da 19 Atenei italiani**, impegnati nella creazione di contenuti social per sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della disabilità psicosensoriale, con un focus specifico sulla sordocecità.

Durante la challenge, i giovani partecipanti hanno utilizzato i propri profili Instagram per produrre da 2 a 5 stories ciascuno, per aumentare la **sensibilità verso il tema della sordocecità** diffondendo conoscenza e buone prassi utili per rapportarsi con persone con disabilità, in particolare con sordocecità, per creare un mondo più inclusivo. Per perseguire questo obiettivo, gli studenti hanno creato dei contenuti che generassero traffico verso una [landing page dedicata](#) sul sito della Lega del Filo d'Oro: la pagina fornisce indicazioni pratiche per facilitare la comunicazione con le persone sordocieche e racconta i contenuti del "Manifesto delle persone sordocieche", documento che evidenzia le principali istanze per garantire i diritti di chi non vede e non sente.

La challenge, attiva dal 24 marzo al 14 aprile 2025, ha complessivamente prodotto **1.023 Instagram stories**, generando **4.989 visite uniche** alla landing page dedicata con **304.716 contatti potenzialmente raggiunti**.

I VINCITORI DELLA SECONDA EDIZIONE DI SIM MARKETING FOR GOOD

Al termine della competizione, la **Lega del Filo d'Oro ha condotto una doppia valutazione per identificare i progetti più meritevoli**. La prima fase, di tipo quantitativo, ha utilizzato Google Analytics per individuare i 30 account che hanno generato maggior traffico verso la landing page del Manifesto delle persone sordocieche. Successivamente, è stata condotta un'analisi qualitativa dei contenuti pubblicati dai finalisti, premiando le Instagram stories più pertinenti, originali e coinvolgenti. Da questa valutazione sono emersi gli **studenti che si sono distinti per impatto comunicativo e creatività, conquistando le prime posizioni della classifica finale**.

Al primo posto **Antonella Mastrodonato** (@itsme.anto) dell'Università di Bari, seguita da **Chiara Fortunato** (@chiara.fortunato) dell'Università di Catanzaro in seconda posizione, e da **Alessia Maria Mazza** (@cielogiallo), anche lei dell'Università di Catanzaro, che ha conquistato il terzo posto.

"Siamo molto felici della collaborazione con la Società Italiana Marketing: questa iniziativa ha permesso di coinvolgere tanti giovani studenti che si sono cimentati nella realizzazione di contenuti

per sensibilizzare sul tema della sordocecità e dell'inclusione". - Sottolinea **Rossano Bartoli, Presidente della Fondazione Lega del Filo d'Oro.**

"La Società Italiana Marketing è impegnata da sempre a promuovere una cultura di marketing positiva e costruttiva, orientata alla creazione di valore non solo nel mondo del business, ma anche nel terzo settore. Coinvolgere gli studenti e i colleghi in questo progetto è una delle cose più belle che facciamo", afferma **Daniele Dalli, Presidente della Società Italiana Marketing.**

"La collaborazione con la Lega del Filo d'Oro per la seconda edizione di SIM Marketing for Good è preziosa perché ci fa capire il ruolo del marketing nella promozione dell'inclusione, sia con il crowdfunding, sia con la creazione di contenuti efficaci per la sensibilizzazione dell'opinione pubblica. Siamo orgogliosi del riscontro delle studentesse e degli studenti di tutta Italia che hanno raccolto la sfida di andare "insieme oltre il buio e il silenzio" per contribuire alla costruzione di un mondo più inclusivo", conclude **Federica Ceccotti, Coordinatrice del gruppo di lavoro SIM Marketing for good.**

La collaborazione con la Lega del Filo d'Oro continuerà nei mesi a venire con la *Winter Edition* della digital competition, in programma nel primo semestre del nuovo anno accademico. L'iniziativa sarà orientata al sostegno di una campagna di raccolta fondi della Fondazione, coinvolgendo ancora una volta gli studenti e le studentesse in un'esperienza attiva di sensibilizzazione e impegno solidale.

LEGA DEL FILO D'ORO - Oggi la Lega del Filo d'Oro è presente in undici regioni e segue oltre 1.250 utenti provenienti da tutta Italia svolgendo le sue attività di assistenza, educazione e riabilitazione delle persone sordocieche e con pluridisabilità psicosensoriale nei Centri e Servizi Territoriali di Osimo (AN), Sede principale dell'Ente, Lesmo (MB), Modena, Molfetta (BA) e Termini Imerese (PA) e nelle Sedi Territoriali di Novara, Padova, Pisa, Roma, San Benedetto dei Marsi (AQ) e Napoli. Per maggiori informazioni visita: www.legadelfilodoro.it

SOCIETÀ ITALIANA MARKETING (SIM) – La Società Italiana Marketing è un'associazione senza fini di lucro, fondata nel 2006, che mira a svolgere un ruolo d'innovazione e consolidamento culturale nell'ambito del Marketing, a beneficio della comunità accademica e imprenditoriale italiana. Con oltre 680 Soci accademici e professionisti, si ispira alla *mission* "Working together for a better marketing". Per maggiori informazioni visita: www.simktg.it