



#WeThe15

TOOLKIT PER LA CAMPAGNA

[Clicca qui per i toolkit per la campagna Noil15 - versioni accessibili incluse](#)

RISERVATO

Ti invitiamo a condividere questo toolkit con i tuoi partner, collaboratori e interessati interni (ad esempio via e-mail) per garantire un impatto globale il 19 agosto 2021.

Ma ti preghiamo di non diffondere/divulgare le informazioni pubblicamente O online.

Contenuti e introduzione

Questo toolkit delinea come partner, influencer, emittenti, media e individui possono sostenere la campagna Noill15, in modo da incentivare l'inizio del cambiamento per il miliardo di persone al mondo con disabilità. **La campagna decennale sarà lanciata il 19 agosto 2021 alle 07:00 ora solare giapponese (JST) e il contenuto di questo documento è confidenziale fino ad allora.** La campagna sarà una parte fondamentale dei Giochi Paralimpici di Tokyo 2020 (25 agosto-5 settembre 2021). In questo documento troverete:

Introduzione alla campagna Noill15	4
Date principali	9
Il tuo sostegno	11
Panoramica delle risorse	16
Filmato	20
Contenuti social	22
Risorse del marchio	29
Atleti / Influencer / Ambasciatori	34
Esterni e stampa	36
Relazioni con i media	40
Illuminazione viola	43

Per qualunque domanda relativa a questo toolkit contatta hello@wethe15.org.

Confidenziale fino al 19 agosto 2021



**Le persone con disabilità sono il 15% del mondo.
Il genere umano è variegato, non sono certo
un'anomalia.**

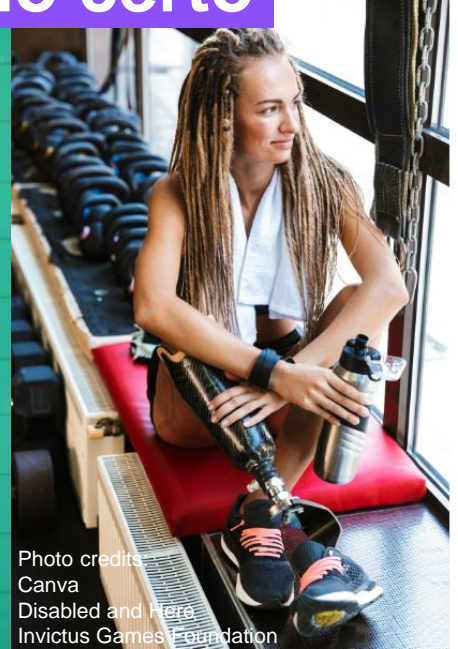


Photo credits:
Canva
Disabled and Hero
Invictus Games Foundation

Introduzione a Noill15

Noill15 vuole essere il più grande movimento per i diritti umani mai esistito. Vuole porre fine alla discriminazione contro le persone con disabilità e trasformare così la vita di 1,2 miliardi di persone al mondo con disabilità - cioè il 15% del mondo intero.

Il simbolo Noill15 rappresenta un mondo in cui il 15% non è più emarginato.

La campagna Noill15 mira a coinvolgere ogni comunità del mondo per iniziare un movimento di cambiamento.

Il viola è stato a lungo associato alla comunità dei disabili, ma ora per la prima volta esisterà un simbolo dotato di energia, positività e grande visibilità, che potrà unire la comunità e incentivare un cambiamento reale.



Twitter / Instagram: @WeThe15, [LinkedIN Group](#)
Sito web: www.WeThe15.org – iscriviti alla nostra newsletter
per aggiornamenti sulla campagna



#WeThe15



Informazioni fondamentali

- Le persone con disabilità sono il 15% del nostro mondo e del genere umano così variegato.
- Noill15 aspira a essere il più grande movimento per i diritti umani mai esistito per rappresentare e trasformare la vita di 1,2 miliardi di persone con disabilità nel mondo.
- Noill15 metterà la disabilità al centro dell'agenda dell'inclusione, insieme all'etnia, al genere e all'orientamento sessuale.
- Nel corso del prossimo decennio, Noill15 mira a porre fine alla discriminazione nei confronti delle persone con disabilità e ad agire come un movimento globale che si batte pubblicamente per la visibilità, l'accessibilità e l'inclusione della disabilità.
- Noill15 riunisce la più grande coalizione di organizzazioni internazionali dal mondo dello sport, dei diritti umani, della politica, degli affari, delle arti e dello spettacolo.
- Le organizzazioni di Noill15 lavoreranno con i governi, le imprese e il pubblico nel corso del prossimo decennio per avviare un cambiamento per il più grande gruppo emarginato del mondo, che costituisce il 15% della popolazione globale.
- Ognuno di noi può contribuire al cambiamento.

Ti preghiamo di considerare l'inserimento di questi messaggi nei tuoi post sui social media e in altre pubblicazioni.



Dare il via al cambiamento per il più grande gruppo emarginato del mondo

In questo modo Noil15 servirà ad aumentare la consapevolezza, cambiare i comportamenti e creare più opportunità, oltre che a migliorare l'accessibilità:

- Mettendo le persone con disabilità al centro dell'agenda della diversità e dell'inclusione.
- Attuando nel prossimo decennio una serie di attività per l'inclusione sociale delle persone con disabilità.
- Abbattendo le barriere sociali e sistemiche che impediscono alle persone con disabilità di realizzare il loro potenziale ed essere membri attivi della società.
- Assicurando una maggiore consapevolezza, visibilità e rappresentazione delle persone con disabilità.

Il movimento globale si impegnerà pubblicamente per la visibilità, l'inclusione e l'accessibilità della disabilità nel prossimo decennio.



Panoramica dei partner di Noil15

Noil15 riunisce la più grande coalizione di organizzazioni internazionali del mondo dello sport, dei diritti umani, della politica, degli affari, della cultura e dell'intrattenimento per avviare un cambiamento per il più grande gruppo emarginato del mondo.

[Clicca qui per una panoramica dei canali online e sui social.](#)

Puoi scoprire di più sulla campagna guardando questo video promozionale: [Introduzione a Noil15](#). NB: il video non è visibile in elenco e il link non deve essere condiviso pubblicamente prima del 19 agosto.



DATE PRINCIPALI

Date principali del lancio

19
AGOSTO

Il lancio in grande
Lancio globale alle 07:00 JST. Il filmato della campagna, il simbolo dei contenuti dei social media e #Noill15 vengono condivisi su tutti i canali dai numerosi sostenitori del movimento.

Più di 80 monumenti ed edifici simbolici nel mondo sono illuminati di viola.

24
AGOSTO

Cerimonia di Apertura
Noill15 ha una propria sezione dedicata nella Cerimonia di Apertura dei Giochi Paralimpici di Tokyo 2020. Il presidente del CPI Andrew Parsons presenterà il filmato della campagna a un pubblico di 250 milioni di persone da tutto il mondo che guarderanno l'evento.

24 AGO –
5 SET

Inizio delle Paralimpiadi
Continuano gli endorsement di celebrità, atleti paralimpici e influencer. Il movimento continua a crescere online.

Le piattaforme digitali e le marche sponsor aggiungono al movimento le loro campagne mirate.

5
SETTEMBRE

Cerimonia di Chiusura
Una sezione dedicata della Cerimonia di Chiusura dei Giochi Paralimpici di Tokyo 2020 rafforza l'importanza del movimento. Un videomessaggio di sostegno dei leader delle organizzazioni internazionali coinvolte viene trasmesso a 200 milioni di spettatori.

DAL 6
SETTEMBRE IN
POI

Dopo i Giochi
Inizia un programma decennale di cambiamento.

Contenuti educativi ed endorsement vengono condivisi dai canali @WeThe15.

Per un **calendario completo dei contenuti sui social media** dei canali di Noill15, apri [questo link](#) o questo [calendario](#).

**IL TUO SOSTEGNO A
NOIIL15**



Insieme, possiamo trasformare la società nel prossimo decennio per includere completamente gli 1,2 miliardi di persone con disabilità. Insieme, possiamo scrivere il futuro. Insieme, possiamo dare il via a un cambiamento culturale.

Il cambiamento può iniziare in ogni comunità.

Il cambiamento può iniziare da te.

#Noi15

Il tuo sostegno: condividilo!

Vogliamo raggiungere almeno mezzo miliardo di persone con questa campagna entro le prime due settimane.

Puoi aiutarci a raggiungere questo ambizioso obiettivo condividendo o postando tramite crossposting l'attività della campagna dai canali Twitter e Instagram di @WeThe15 e dalla pagina Facebook di @Paralympics. Questo include la condivisione/il cross-posting dell'incredibile filmato di 90 secondi della campagna, che è una celebrazione piena di voci, vitalità e orgoglio delle persone con disabilità.

Troverai una panoramica delle risorse e dei contenuti della campagna a pag. 15-18, visita WeThe15.org per ulteriori informazioni.

L'importanza della condivisione e del crossposting

Metteremo a disposizione alcune risorse su un ftp affinché tu possa caricarle autonomamente, ma generalmente incoraggiamo la condivisione o il crossposting dai canali @wethe15, poiché influenza la riprova sociale. Cos'è la riprova sociale? Le persone sono più propense a guardare e condividere un video con più visualizzazioni. Se carichiamo tutti il video separatamente, separiamo anche le visualizzazioni.

Qui c'è una guida per il crossposting su Facebook, per consentire l'inserimento di contenuti su Twitter e per condividere i post del feed di Instagram nelle storie.

Contatta Ryan.Hills@paralympic.org per impostare il crossposting con [Facebook.com/Paralympics](https://www.facebook.com/Paralympics) e [Twitter.com/wethe15](https://twitter.com/wethe15).

Il tuo sostegno: vivilo!

Organizza i **contenuti della campagna Noil15** su tutti i canali

Comunica con **tutti gli interessati** e assicurati che tutti i dipartimenti (HR, PR, Comunicazione, Marketing) siano coinvolti

Identifica le opportunità per **aggiornare la pubblicità attuale** per l'inclusione delle persone con disabilità e usa il colore viola durante i Giochi

Identifica ciò che puoi **colorare di viola** il 19 agosto, per mostrare sostegno al movimento (sede principale, social media, sito web, ecc.)

Identifica **ambasciatori e influencer** che possano promuovere la campagna per la consapevolezza

Crea il tuo contenuto usando il simbolo della campagna o il colore viola e usa il tuo marchio/potere/influenza per sostenere il movimento.

Conferma di poter **condividere il filmato della campagna** su tutti i canali

Il tuo sostegno: vivilo!

Dopo il lancio della campagna

- Rimuovi tutte le barriere che ostacolano le persone con disabilità
- Assicurati che i diritti delle persone con disabilità in tutto il mondo siano rispettati, protetti e soddisfatti
- Assicurati che tutti all'interno della tua organizzazione o comunità capiscano perché l'inclusività è importante per l'azienda, per il marchio e per la società.
- Parla con un'Organizzazione di Persone con Disabilità (OPD) e scopri come puoi agire a livello locale.
- Impegnati per l'inclusività all'interno della tua organizzazione.
- Rendi le tue comunicazioni più inclusive.
- Assicura accessibilità e partecipazione per le persone con disabilità, sia di persona che con uso di tecnologie
- Facilita l'impiego di persone con disabilità con assunzione equa e sistemazioni adatte e assicurati che i dipendenti che acquisiscono una disabilità ricevano sostegno per tornare al lavoro

Consulta il sito www.wethe15.org per maggiori informazioni su come puoi contribuire a trasformare la società.

PANORAMICA DELLE RISORSE

Risorse della campagna Noill15 - panoramica

Le nostre risorse comprendono video, foto, grafiche e gif da condividere.

BRANDING

Simbolo, logo e colore viola di Noill15 sono disponibili in un [toolkit per l'identità visiva](#). Per scaricare le risorse del marchio si prega di inviare un'email a brand@wethe15.org

FILMATO E POSTER

Un filmato incredibile di 90 e 30 secondi sarà disponibile per la trasmissione TV, per uso online e sui social media, affiancato da poster audaci e d'impatto.

I SOCIAL

Noill15 sarà imperdibile sui social con emoji su misura, gif, l'hashtag e contenuti educativi unici.

Panoramica

Per un **calendario completo dei contenuti sui social media** dei canali di Noill15, apri [questo link](#) o questo [calendario](#).

Risorsa	Lingua	Accessibilità	Link per il download	Link per la condivisione	Altre info
Filmato "Hero" (90 sec)	Inglese e sottotitoli in tutte le lingue della campagna*	CC (tutte le lingue) , ISL, audiodescrizione (En)	Vedi link per la condivisione	Disponibile qui dal 18 agosto.	20
Filmato "Hero" (30 sec)	Inglese e sottotitoli in tutte le lingue della campagna*	CC (tutte le lingue) , ISL, audiodescrizione (En)	Vedi link per la condivisione	Disponibile qui dal 18 agosto.	20
Video con gli atleti	Riassunto disponibile presso questo link	CC	Athlete Films Link – dal 12/8	Disponibile qui dal 18 agosto.	23
Filmato Cerimonia di Chiusura	Inglese e sottotitoli in tutte le lingue della campagna*	CC (tutte le lingue) , ISL, audiodescrizione (En)	Closing Ceremony Link	Disponibile qui dal 5 settembre	24
Grafiche educative	Tutte le lingue della campagna*	Testo alternativo in tutte le lingue	Educational graphics Link – dal 23/7 in inglese, tutte le lingue entro il 5/8	Disponibile qui dal 19 agosto	22
Esterni / stampa hero creative	Tutte le lingue della campagna*	Testo alternativo in tutte le lingue	Outdoor/ Press hero creative - dal 23/7 in inglese, tutte le lingue entro il 5/8	n/a	37
Esterni /stampa takeover	Tutte le lingue della campagna*	Testo alternativo in tutte le lingue	Outdoor / Press takeover - dal 23/7 in inglese, tutte le lingue entro il 5/8	n/a	38

*Inglese, Francese, Spagnolo, Portoghese, Italiano, Russo, Cinese, Giapponese, Hindi, Arabo



Panoramica

Per un **calendario completo dei contenuti sui social media** dei canali di Noill15, apri [questo link](#) o questo [calendario](#).

Risorsa	Link per il download	Link per la condivisione	Altre info
Gif	GIFs Link	Disponibile qui dal 19 agosto.	29
Adesivi	n/a	Disponibile qui dal 19 agosto.	29
Filtri	n/a	Disponibile qui dal 19 agosto.	30
Foto profilo	Profile Picture Link	Facebook (dal 19 agosto) Twitter (dal 19 agosto)	32
Foto di copertina	Cover Photos Link	n/a	32
Banner del sito web	Website banners link – dal 30 luglio in inglese e dal 5 agosto in tutte le lingue della campagna	n/a	
Sfondi desktop e videochiamata	Desktop and video call backgrounds link	n/a	
Immagini senza diritti, inclusi monumenti ed edifici iconici	Rights free images link	n/a	
Linee guida del marchio Noill15	Guidelines link – contatta brand@wethe15.org per le risorse del marchio	n/a	29



**FILMATO PER IL LANCIO DELLA
CAMPAGNA**

Filmato per il lancio della campagna

Vogliamo che mezzo miliardo di persone guardi il filmato di lancio della nostra campagna entro il primo mese di Noil15.

Condividi il video su tutti i tuoi canali e crea quante più opportunità possibili perché la gente lo guardi. Apprezziamo ogni tipo di sostegno, che sia l'uso dei fondi per i media per permettere la trasmissione TV dello spot o il supporto online.

Risorse disponibili in inglese:

Filmato Hero 90"

- Filmato 90" adatto alla trasmissione
- Filmato 30" adatto alla trasmissione
- Gif and formato video per i social media

[Questa panoramica](#) include dei link per la condivisione del video a partire dal 19 agosto. Il video sarà condiviso con le emittenti tramite Content+.

Versioni con sottotitoli closed caption in: inglese, francese, spagnolo, portoghese, italiano, russo, cinese, giapponese, hindi, arabo

Versione in lingua dei segni internazionale. Versione audiodescritta in inglese.



Il filmato sarà creato secondo le seguenti specifiche per gli emittenti:

- Wrapper: .mov (QuickTime)
- Video Codec: ProRes422
- Frame rate: 25 fps (PAL) and 29.97 fps (NTSC)
- Resolution: 1920 x 1080 (HD)

CONTENUTI SOCIAL

Contenuti educativi

Questa è la nostra opportunità per fare davvero la differenza, rendendo il mondo consapevole di cosa significa avere una disabilità e di come le persone possono sostenere questa causa.

Abbiamo impostato 5 statistiche in formato carosello (Carousel) che sfatano i miti ed informano le persone.

Questi contenuti saranno tutti presenti sul nostro canale Instagram e dal 19 agosto possono essere postati o ripostati anche da te.

Il modello di design e traduzioni sarà reperibile aprendo [questo link](#) dal 23 luglio (inglese) ed entro il 5 agosto (in tutte le altre lingue della campagna).

THERE ARE 1.2 BILLION
PEOPLE WITH
DISABILITIES
WORLDWIDE, AND THE
NUMBERS ARE
GROWING.

KEY FACT

2% OF THE WORLD'S
WORKING AGE
POPULATION ACQUIRE
AN IMPAIRMENT EVERY
YEAR.

#WeThe15

PEOPLE WITH
DISABILITIES ARE 15%
OF THE WORLD.



#WeThe15

Video con gli atleti

Abbiamo una serie di brevi video a carattere social con atleti paralimpici che parlano della campagna e della sua importanza, tra cui:

- Tatyana McFadden (USA)
- Brenna Huckaby (USA)
- Ntandon Mahalangu (RSA)
- Husnah Kukundake (UGA)
- Daniel Dias (BRA)
- Gustavo Fernandez (ARG)
- Vinicius Rodrigues (BRA)

Per la lista completa degli atleti clicca [qui](#).



Filmato per la Cerimonia di Chiusura

- Un filmato speciale con i leader di tutte le organizzazioni fondatrici di Noill15 sarà proiettato dopo il discorso del presidente dell'IPC alla Cerimonia di Chiusura dei Giochi Paralimpici di Tokyo 2020
- Sottolineerà gli obiettivi di Noill15
- Sarà integrato nel feed globale
- Dopo la Cerimonia, il video sarà disponibile per l'uso da parte delle emittenti sui social media tramite OBS Content+
- IL CPI distribuirà il filmato a partner commerciali e sostenitori (maggiori informazioni [qui](#))



Script del filmato per la Cerimonia di Chiusura

Oggi spostiamo la nostra attenzione dallo sport. Al futuro.

Dagli atleti, alla popolazione mondiale con disabilità.

Oltre un miliardo di persone. Il 15% del mondo.

Noi115 è un movimento globale per il cambiamento.

Che afferma: le persone con disabilità devono essere viste, ascoltate e incluse.

Un movimento per rendere il mondo più giusto ed equo.

Prima che la Fiamma Paralimpica si spenga, passerà la sua luce a un nuovo movimento.

Le più grandi organizzazioni mondiali stanno unendo le forze per sostenere Noi115.

Per creare politiche. Per dare lo slancio necessario.

Per svegliarci un giorno in un mondo in cui a nessuno è precluso il raggiungimento di risultati. In cui nessuno viene deriso. O escluso.

Un mondo in cui guarderemo le persone diverse da noi e vedremo solo la nostra comune umanità.

E quando quel giorno arriverà, ripenseremo a questo momento e diremo:

Quando i riflettori si sono spenti.

E le telecamere hanno smesso di girare.

È allora che è iniziato il cambiamento.

Podcast

Una serie speciale di podcast di Noill15 sarà disponibile su [A Winning Mindset: Lessons From The Paralympics](#).

Queste conversazioni vedranno atleti paralimpici di alto profilo che intervistano leader globali.

L'audio e il video delle interviste sono disponibili per l'uso da parte delle emittenti tramite OBS Content+.

Questi episodi speciali saranno presentati come parte di una mini-serie di "A Winning Mindset", il podcast vincitore dei Webby Awards e Digiday Media Awards, e saranno promossi dalle piattaforme di podcasting.

Ogni risorsa promozionale per i podcast sarà disponibile [qui](#).

- 21 agosto 2021: l'atleta Anna Johannes (USA) intervista il Presidente del CPI Andrew Parsons
- 25 agosto 2021: l'atleta Ellie Cole (Australia) & l'Alto Commissario delle Nazioni Unite per i Diritti Umani Michelle Bachelet
- 27 agosto 2021: l'atleta Tatyana McFadden (USA) & Vice Segretaria Generale delle Nazioni Unite, Amina J Mohammed
- 28 agosto 2021: l'atleta Stef Reid (Gran Bretagna) e la Commissaria Unione Europea all'Uguaglianza Helena Dalli
- Altri da confermare

SOCIAL MEDIA

TIKTOK

Su TikTok, dal 19 agosto al 5 settembre, ci sarà una sfida con l'hashtag #DisabilityAwareness. Un elenco completo degli hashtag sarà disponibile [qui](#).



FACEBOOK

Insieme a Facebook, il CPI lancerà una serie di quattro video Noill15. Maggiori informazioni saranno disponibili [qui](#).

Facebook in collaborazione con il CPI lancerà un'esperienza immersiva VR/WebXR e di audio spaziale su <https://www.paralympic.org/>, che mirerà a cambiare la percezione della disabilità attraverso il potere dell'audio immersivo e della VR.

TWITTER

I seguenti hashtag creeranno un'emoji del simbolo Noill15 fino al 4 dicembre (il giorno dopo la Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità).

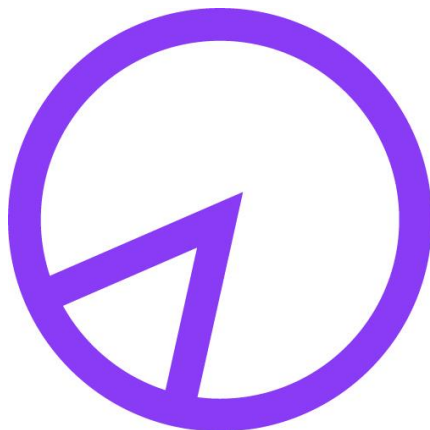
Lingua	Traduzioni di Wethe15
Inglese	WeThe15
Spagnolo	NosotrosEi15
Hindi	हम15
Arabo	نحن ال15
Cinese	我们是15
Giapponese	私たち15
Italiano	Noill15
Francese	NousLes15
Portoghese	NósOs15
Russo	Мы15Процентов
Indonesiano	KamiBer15
Coreano	우리가바로15
Tedesco	WirDie15
Tagalog/Filippino	Kaming15
Thailandese	เราคือ15
Malese	Kami15
Olandese	WijDe15

RISORSE DEL MARCHIO

Risorse del marchio

Le linee guida del marchio Noill15 sono disponibili per il download [qui](#). Se vuoi usare il simbolo o il marchio Noill15 per creare le tue risorse, contatta brand@wethe15.org.

Abbiamo messo a disposizione diverse risorse da utilizzare per creare contenuti, inclusi filtri, gif, cornici per foto profilo e foto di copertina. I link per il download a p.18-19. Gli atleti riceveranno anche i tatuaggi temporanei di Noill15 all'arrivo a Tokyo, che potranno indossare sul campo di gioco. È anche possibile usare i banner del sito web, lo sfondo del desktop e gli sfondi per le videochiamate a pag. 19.



#WeThe15

Il filtro di Noill15

Dal 19 Agosto, il filtro di Noill15 sarà disponibile sui seguenti canali social:

- Instagram
- TikTok
- Facebook
- Snapchat

Usa questo filtro quando pubblichi storie su Noill15 sui tuoi canali social.



GIF

Ci sarà una selezione di gif disponibili per l'uso a partire dal 19 agosto. Le gif si possono ottenere tramite Tenor e Giphy e cercare con l'hashtag #WeThe15. Includeranno il simbolo di Noill15, scene del filmato e il simbolo Noill15 creato usando i droni di Intel.



SOSTEGNO VISIVO

Incoraggiamo tutti i sostenitori di Noill15 a:

Aggiornare la foto di copertina

Cambiare la foto profilo per includere una cornice di Noill15

Aggiungere un cuore viola / #Noill15 al nome utente.

Includere #Noill15 nella bio sui social media



Scopri [qui](#) dove scaricare/creare queste risorse.



INFLUENCER / AMBASCIATORI / ATLETI

INFLUENCER / AMBASCIATORI

Ci piacerebbe che gli atleti, gli ambasciatori e gli influencer dei partner sostenessero il movimento il 19 agosto con ciò che è possibile per loro tra quanto segue:

- *Seguire @WeThe15 su [Instagram](#) & [Twitter](#).*
- *Condividere il video di lancio della campagna (che inizia il 19 agosto sui nostri canali) sui loro canali social, reindirizzando ai canali di Noill15.*
- *Condividere informazioni e statistiche interessanti dai canali di Noill15. (vedi p23)*
- *Includere il cuore viola nel loro nome utente e usare la cornice nella loro foto profilo (vedi p33)*
- *Creare contenuti organici sui loro canali.*
- *Creare contenuti sull'illuminazione di uno dei monumenti o edifici iconici (vedi p44-46)*
- *Parlare di Noill15 nelle conferenze stampa e negli incontri*
- *Sensibilizzare usando il simbolo, le gif, gli adesivi, i filtri, ecc. di Noill15. (vedi p30-32)*

Ogni singola persona su questo pianeta può fare la differenza, se considera l'impatto delle proprie azioni sulle persone con disabilità. Il cambiamento può iniziare in ogni comunità. Il cambiamento può iniziare da te.

Abbiamo creato un modello di email da usare per coinvolgere i tuoi ambasciatori e influencer - [Ambassador & Influencer template email](#)

ESTERNI / STAMPA

Esterni / stampa

Chiediamo ai nostri partner di usare i nostri file master artwork per:

- Contribuire alle nostre pubblicità esterne e stampa (donando i propri media)
- Integrare il nostro concetto di social takeover alla pubblicità e stampa già esistenti

Abbiamo incluso i link qui sotto per i file master artwork (pagina intera, mezza pagina, 6 fogli, 48 fogli), insieme alle opzioni di copia e alle traduzioni corrispondenti. Sarà responsabilità del partner scegliere la sua copia preferita dalla lista, adattare il file dell'artwork di conseguenza e fornirlo alla stampa/ai siti dei media esterni.

In termini di tempistica, l'obiettivo sarebbe andare in onda dal 19 agosto al 6 settembre (il giorno dopo la Cerimonia di Chiusura delle Paralimpiadi). Detto questo, si tratta di una campagna di 10 anni, quindi esiste la possibilità di eseguire questo lavoro in tempi diversi a seconda della fattibilità per ogni partner.

Il lavoro non dovrebbe essere pubblicato prima del lancio della campagna (19 agosto 2021).

[Link per master artwork esterni/stampa incluse traduzioni.](#)

[Link per master artwork takeover incluse traduzioni.](#)

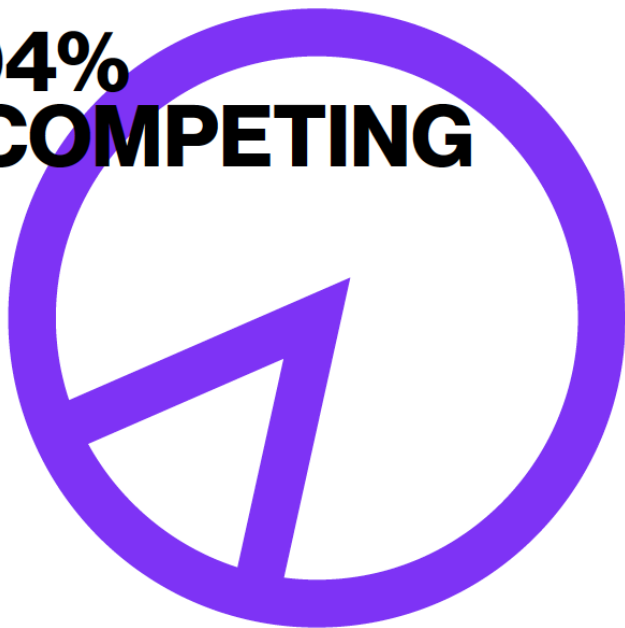
I file saranno disponibili dal 23 luglio in inglese e entro il 5 agosto in tutte le lingue della campagna.

Esterni / Stampa – esempio poster

(risorse finali caricate venerdì 23 luglio)

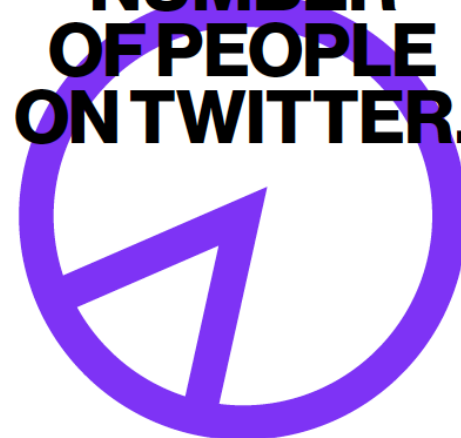
**ONLY 0.0004%
OF US ARE COMPETING
IN TOKYO.**

**PEOPLE WITH A
DISABILITY ARE 15% OF
OUR WORLD. #WeThe15**



**IT'S FOUR
TIMES THE
NUMBER
OF PEOPLE
ON TWITTER.**

**PEOPLE WITH A DISABILITY
ARE 15% OF OUR WORLD.
#WeThe15**



Esterni / Stampa– esempio takeover

(risorse finali caricate venerdì 23 luglio)



Illustrative mock-up examples only

La striscia viola dovrebbe essere posizionata in modo da catturare l'attenzione. Se sembra troppo ordinata, non ottiene l'effetto desiderato.

Mentre è importante che il marchio sia ben riconoscibile, la striscia dovrebbe interferire con la creatività in modo da non poter essere ignorata.

LANCIO E RELAZIONI CON I MEDIA

L'approccio: riscuoti interesse, genera reazione

19 agosto – lancio del movimento

L'approccio: Tramite portavoce e media in tutto il mondo per un approccio connesso, che il giorno del lancio crei opportunità per ogni soggetto interessato.

Cosa succederà? Il primo annuncio pubblico del Movimento. Puntiamo a far conoscere la campagna Noill15, i partner globali e la missione decennale.

A chi ci rivolgiamo? Media, opinione pubblica, ONG per la disabilità.

Che contenuti ci saranno? Comunicato stampa, interviste ai portavoce, filmato della campagna, simbolo della campagna, immagini dell'illuminazione in viola.

Chi è il nostro target? Reti di notizie globali; emittenti, stampa e fonti online; corrispondenti nazionali di sport, servizi, salute, consumo e affari. La copertura delle notizie è la priorità, seguiranno i servizi.

Qual è il piano di attacco? Il lancio avverrà a livello mondiale. Vogliamo rivolgerci ai media nei mercati target fin dal primo mattino. L'azione inizierà a Tokyo (i primi media a cui ci rivolgeremo) e poi si sposterà a Europa/Africa e infine Nord America.

Abbiamo dei mercati target principali: Asia Pacifico – Giappone/Cina/Australia; Europa/Africa – Regno Unito, Francia, Italia, Germania, Sud Africa; Nord America – USA/Canada.

Chi parlerà? Un gran numero di portavoce e atleti coinvolti sono stati selezionati per i pre-briefing e il giorno del lancio.

Panoramica del lancio con i media

FILMATO DELLA CAMPAGNA E COMUNICATO DI LANCIO

Il pre-briefing per i portavoce si terrà il 5 agosto. Il pre-briefing strettamente confidenziale con i media il 10 agosto, e le interviste strettamente confidenziali l'11 agosto.

Il filmato di lancio della campagna e il comunicato stampa di lancio saranno venduti alle principali fonti target di news, affari sociali, consumatori, stile di vita e sport in via confidenziale a partire dal 16 agosto. I media più estesi riceveranno le notizie il 19 agosto.

**LIVE: 07:00 JST (UTC +9) 19 agosto
2021 (per allinearsi con l'annuncio di
Tokyo)**

LUCE VIOLA

Monumenti ed edifici iconici in tutto il mondo si illumineranno di viola al tramonto del 19 agosto.

Per massimizzare l'opportunità con i media, gli edifici e monumenti principali saranno fotografati in anticipo a partire dal 9 agosto.

LIVE: 19 agosto 2021, al tramonto

[Per sostenere l'azione, la copia delle bozze è stata definita qui!](#)

Contatta Philip.Doward@paralympic.org per maggiori informazioni

ILLUMINAZIONE VIOLA

Monumenti ed edifici confermati

Per celebrare il lancio di Noill15, più di 80 punti di riferimento iconici, in diversi paesi e fusi orari, il 19 agosto si illumineranno di viola, il colore internazionale della disabilità. Vedi l'elenco completo [qui](#).

Per aggiungere un monumento o edificio, contatta hello@wethe15.org

Tokyo Skytree, Tokyo	Harpa, Reykjavik	Ostankinio Tower, Mosca
Murrayfield, Edimburgo	Colosseo, Roma	Fullerton Hotel, Singapore
Jet d'Eau, Ginevra	Cascate del Niagara, USA & Canada	Mura della città vecchia di Gerusalemme, Gerusalemme
Palazzo di Westminster, Londra	Stadio FNB, Johannesburg	Kingdom Tower, Arabia Saudita
Parlamento austriaco, Vienna	Yavuz Sultan Selim Bridge, Istanbul	Petrin Lookout Tower, Praga
Municipio di Parigi, Parigi	Victoria Bridge, Brisbane	Sky Tower, Auckland



©TOKYO-SKYTREE

Come posso sostenere l'iniziativa?

1. Conferma che la sede centrale o altri edifici simbolici o le tue proprietà digitali (logo, sito web, social media) possono essere illuminati di viola il 19 agosto. Contatta hello@wethe15.org per ulteriori informazioni.
2. Organizza la fotografia del tuo monumento o edificio o gli screenshot delle tue proprietà digitali il 19 agosto. Fotografali per la pubblicazione sui media e poi condividi queste immagini con il team del CPI. Il CPI caricherà tutte le immagini senza diritti dei luoghi simbolici [qui](#).
3. Informa i tuoi contatti media di fiducia e la stampa in generale della notizia della campagna e dell'illuminazione in viola. Condividi il [comunicato stampa](#) in questa comunicazione.
4. Collabora con i rappresentanti degli edifici simbolici locali per condividere le immagini degli edifici illuminati sui loro canali sociali, per un'ulteriore diffusione dell'iniziativa.
5. Impegnati con i tuoi ambasciatori e influencer per creare e condividere contenuti di riferimento.
6. Pubblica/condividi contenuti relativi all'iniziativa attraverso i tuoi canali social, includendo i canali Twitter e Instagram #WeThe15 e @WeThe15.

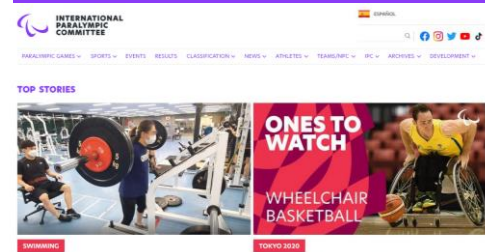
Edifici viola



Loghi viola



Siti web/social viola



Pre-briefing con i media

Informa i media per garantire la copertura mediatica per il giorno del lancio. Connettiti con i contatti dei media di fiducia e con la stampa in generale per dare la notizia della campagna e dell'illuminazione, confidenziale fino al lancio.

L'illuminazione del luogo simbolico creerà un momento mediatico per la trasmissione in tutto il mondo. Prima del lancio, i media più estesi possono essere invitati a partecipare all'illuminazione locale, in modo che, il 19 agosto, possano catturare le luci del monumento o edificio iconico che diventano viola.

[L'invito per i media è reperibile qui](#)

L'invito può essere adattato e tradotto a seconda delle necessità locali dei media



Photo credits: Canva

Contatti

In caso di ulteriori
domande, contatta
hello@wethe15.org

*Consulta WeThe15.org per
maggiori informazioni.*



#WeThe15