

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

I gadget più usati per eventi e iniziative solidali

divisionebusiness · Wednesday, March 18th, 2026

Iniziative solidali, eventi benefici, maratone ed eventi sportivi con un obiettivo di sensibilizzazione su tematiche importanti sono sempre più diffusi e organizzati in maniera strategica. Quando si lavora su una campagna di beneficenza è necessario **progettare ogni passo della campagna basandosi sui principi di marketing degli eventi**. Nonostante non si tratti di profitto ma di beneficenza, gli obiettivi rimangono simili: attrarre un pubblico più vasto possibile, rimanere memorabili e aumentare le vendite, anche nel caso in cui abbiano un fine benefico. La comunicazione online e offline, l'utilizzo di gadget personalizzati come [braccialetti in silicone](#), una diffusione più capillare possibile devono seguire gli stessi passaggi di una campagna di marketing tradizionale.

Gadget riconoscibili e riutilizzabili

Quando si organizza un evento di tipo benefico, **è importante che la causa che si sostiene rimanga ben impressa nella mente dei partecipanti**. Per fare ciò si può creare un'immagine, un'identità visiva ben precisa e di impatto. Colori, loghi, slogan vanno studiati nella maniera più strategica e diffusi attraverso campagne online, pubblicità tradizionale e utilizzo di gadget riconoscibili. Questi devono avere delle caratteristiche che li rendano immediatamente collegabili alla causa in questione. In molti casi, le giornate di sensibilizzazione sono collegate a un colore preciso. Laddove non è così, si può lavorare a una campagna di visual branding per realizzare un'identità visiva memorabile e riconoscibile. Come per i marchi aziendali, anche quelli no-profit devono seguire gli stessi criteri.

Codici visivi come colori, loghi, immagini, slogan e citazioni vanno poi utilizzati sui diversi gadget promozionali. Si può scegliere di distribuire braccialetti in silicone perché sono piccoli, riutilizzabili, divertenti e convogliano in poco spazio i valori che si vogliono trasmettere. Altre idee interessanti sono le shopper in tela, le borracce riutilizzabili, i piccoli portachiavi o le t-shirt, le felpe e i cappellini indossabili. **Questi gadget possono essere distribuiti all'interno della manifestazione o indossati dallo staff di volontari**. In alcuni casi diventano anche importanti occasioni per raccogliere ulteriori fondi a sostegno della causa, offrendo questi gadget in cambio di una donazione spontanea.

L'importanza dei braccialetti per il coinvolgimento del pubblico

Una maratona di sensibilizzazione, un evento con panel e speech, un concerto di beneficenza. Molte sono le iniziative benefiche che si possono organizzare per condividere informazioni e

consapevolezza su un determinato tema. Il contrasto a una malattia e le raccolte di fondi per la prevenzione e la ricerca medica, l'attenzione verso la sostenibilità e il cambiamento climatico. O un argomento dalla portata più ridotta, ma non per questo meno importante come la protezione del proprio ambiente naturale o di una trazione del luogo, la raccolta fondi per un'associazione o un istituto della zona, un evento sportivo che celebra l'inclusione e l'equità sul territorio. In tutti questi casi **il coinvolgimento del pubblico, come definito dai manuali di marketing, è indispensabile.**

Chi partecipa non deve sentirsi solo spettatore dell'evento ma in qualche modo **parte di una iniziativa e di un gruppo che condivide gli stessi valori.** In questo caso utilizzare braccialetti in silicone con frasi, simboli, citazioni che ricordano l'importanza dell'argomento per cui si sta facendo sensibilizzazione serve a un doppio scopo. Il piccolo accessorio consente una riconoscibilità tra persone che condividono gli stessi valori, e può essere indossato nel corso dell'evento per distinguere volontari, spettatori, partecipanti. Ma non solo: può essere riutilizzato infinite volte o semplicemente conservato in casa propria per ricordare in maniera indelebile l'evento a cui si è partecipato. Come il gadget di un'azienda a cui ci si è affezionati, l'oggetto ricorderà di mettersi in contatto con le associazioni, cercare un modo concreto per aiutare, partecipare al prossimo evento in programma. Insomma, creerà fidelizzazione tra le persone che credono in un valore e le associazioni e gli eventi che lo promuovono.

This entry was posted on Wednesday, March 18th, 2026 at 7:00 am and is filed under [Life](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.