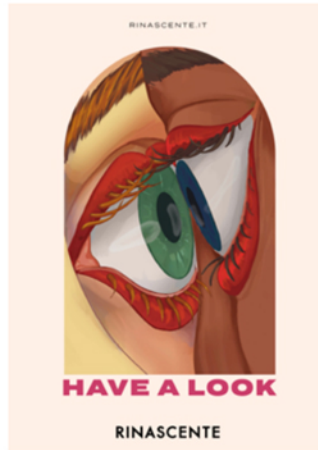


LA CAMPAGNA È FIRMATA DALL'ARTISTA VISIONARIA E IRRIVERENTE MARTINA ODOLI CARAVAJAL

HAVE A LOOK, WUNDERMAN THOMPSON SBIRCIA NEGLI INNUMEREVOLI MONDI DI RINASCENTE

“Have a look” è un viaggio che va oltre le convenzioni e che attraversa gli innumerevoli mondi di **Rinascente**. Grazie al lavoro di **Wunderman Thompson**, gli storici archi dello Store di piazza Duomo a Milano diventano dei portali verso scenari onirici e irriverenti. Dei buchi della serratura, da cui scoprire un punto di vista privilegiato su panorami visionari fatti di emozioni, diversità e creatività. Questo nuovo universo creato da Wunderman Thompson e Rinascente ispira le persone, spaziando tra il fisico e il digitale, per coinvolgerle in un mondo in continua mutazione, dove non c'è tempo per aver paura di osare e di sfidare le convenzioni. La campagna diventa anche un invito a dare un'occhiata a tutta questa bellezza e a preservarla, nel solco del Manifesto del Brand a firma **Keep it Beautiful**, un messaggio che fa della sua semplicità una missione quasi rivoluzionaria. L'intero progetto mette in atto un cambiamento di stile e lo fa attraverso la mano di **Martina Odoli Caravajal**, artista visionaria e irriverente, parte lei stessa della famiglia



Wunderman Thompson Italia. Con i suoi tratti eleganti e sorprendenti, anche le situazioni più ordinarie vengono arricchite da un elemento disturbante e onirico che ribalta gli equilibri e ci mostra l'unicità dei mondi Rinascente. La pianificazione

omnicale della campagna ne porta in vita la potenza non solo nei punti vendita, ma anche sui social – con altrettanti contenuti video –, sul web e sulla stampa. (F.C.)

CREDITS

Chief Creative Officer: Lorenzo Crespi
Creative Directors: Alessandro Polia, Marco Rocca
Creative Supervisor: Gianluca Sales
Senior Art Director: Elena Pinillos
Illustrator / Art Director: Martina Odoli Caravajal
Copywriter: Silvia Filipucci
Account Supervisor: Roberta Volcan
Account Executive: Jacopo Galimberti
Account: Martina Villa Luraschi

UN LABORATORIO PER CELEBRARE LA GIORNATA NAZIONALE DEL BRAILLE

DA YAM112003 E PLAY-DOH UN PROGETTO INCLUSIVO ALL'ISTITUTO DEI CIECHI DI MILANO

Immaginazione, creatività, divertimento, libertà di espressione, inclusione, sono solo alcuni dei valori emersi durante il laboratorio creativo organizzato dall'**Istituto dei Ciechi di Milano** per celebrare la Giornata nazionale del Braille (21 febbraio). Un progetto dedicato a bambini ipovedenti, non vedenti e normovedenti che si sono divertiti a



creare oggetti con la pasta da modellare **Play-Doh** dimostrando che non esistono barriere nel gioco e che la collaborazione è alla base del divertimento. Un progetto di inclusione ideato da **YAM112003** per dimostrare che tutti possono creare insieme ed esprimere liberamente la propria creatività. Le 5 coppie di bambini, accompagnati dai genitori, guidati da esperti educatori e circondati da tantissimi vasetti di pasta da modellare colorata Play-Doh, hanno dato vita a tanti momenti di divertimento e condivisione e hanno dimostrato che l'inclusività è un valore fondamentale da apprendere sin da bambini. **YAM112003** si è occupata anche delle riprese del laboratorio, cogliendo gli attimi più emozionanti. Alla fine dell'attività **YAM112003** ha promosso l'impegno comune di **Hasbro** e Istituto dei Ciechi di Milano realizzando un video che ha raccontato i momenti salienti

dell'iniziativa. Sempre in coerenza al tema dell'inclusione, è stata garantita l'accessibilità del video da coloro che hanno disabilità visive e uditive. La versione accessibile è stata realizzata

con il supporto dell'associazione **Joomla!Lombardia** tramite l'inserimento di audiodescrizione e sottotitoli e sarà presto fruibile sul sito **Hasbro Community**.