

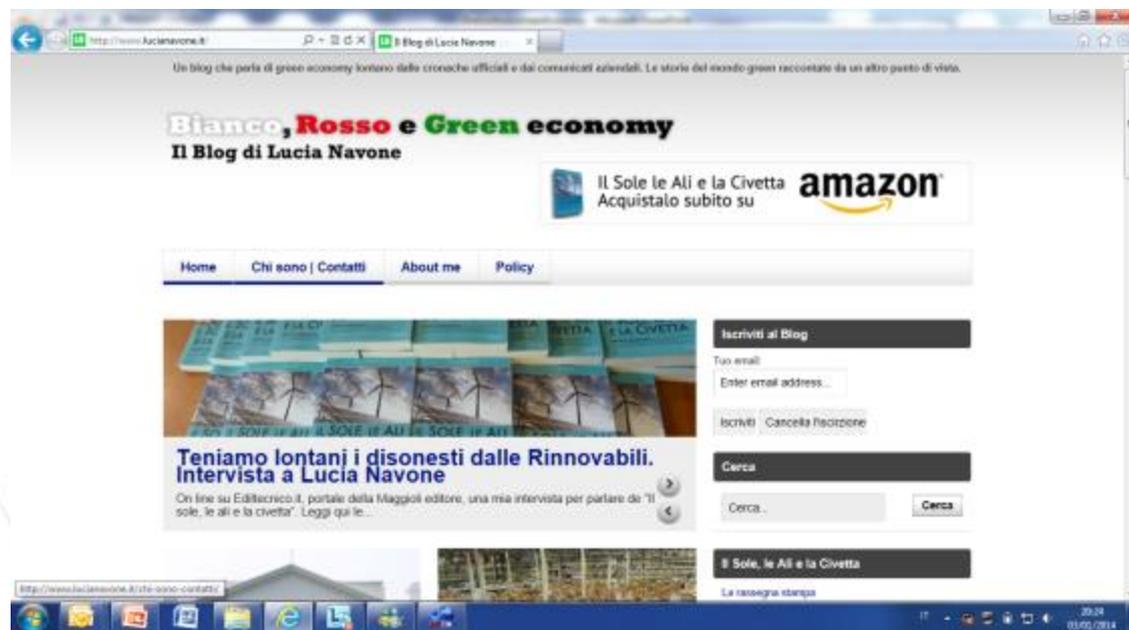
# **Il Blog di Lucia Navone**

Bianco, Rosso e Green economy

# WWW.LUCIANAVONE.IT

Un blog che parla di green economy: esperienze, idee e progetti **raccontati** da chi scrive e si occupa di ambiente da oltre vent'anni.

Storie di successi e fallimenti, **con un occhio attento ai valori che la comunicazione in questo settore non deve mai dimenticare di rispettare.** Uno spazio condiviso per offrire a professionisti, aziende, addetti del mestiere, curiosi e non solo, **l'opportunità di essere sempre informato**, attraverso la discussione e il confronto aperto.



Si parla del mondo green che è stato, che è e che sarà, osservandolo da tutte le prospettive, **secondo il nostro punto di vista e secondo le vostre opinioni.**



# LUCIA NAVONE

Giornalista, autrice ed esperta di comunicazione ambientale, si occupa di ambiente dal 1991.

E' stata responsabile dell'ufficio stampa del WWF Italia per oltre dieci anni e, in precedenza, ha ricoperto incarichi di account manager presso SCR Associati e SECI, primarie agenzie di relazioni pubbliche.

Titolare dello Studio Navone ha curato, tra gli altri, la comunicazione per importanti realtà associative e aziende del settore rinnovabili.

Come esperta scrive su giornali del settore ambiente ed energia; in passato ha collaborato con il settimanale Gioia e altre testate femminili. E' autrice per Fanpage.it e per la Maggioli Editore.

E' autrice de «Il sole, le ali e la civetta», il primo libro di inchiesta sul boom delle energie rinnovabili e sui fenomeni di corruzione in questo settore.

# LINEA EDITORIALE

- **Unicità e originalità:** le **notizie** vengono accuratamente selezionate e date solo se **uniche e originali**. Lo **stile** è personale, semplice e chiaro, femminile. Ogni **notizia è correlata** di rimandi logici, spunti di analisi, documenti, link, testi.
- **La parola ai fatti:** il blog promuove la **trasparenza** nel settore della green economy, attraverso l'analisi dei fatti. Il tutto in un contenuto sempre aggiornato, di stretta attinenza con **l'attualità**, ad **alto valore informativo**.
- **Responsabilità sociale digitale:** la **responsabilità sociale** intesa non come semplice **green-washing** ma come impegno concreto da parte delle aziende.
- **Storie digitali: raccontare con efficacia** prodotti, marchi e identità d'impresa per favorire la partecipazione, l'identificazione e per **facilitare l'apprendimento di tematiche complesse**
- **Indicizzazione dei contenuti e SEO: veicolare i propri contenuti** verso altri snodi (blogosfera, social network e forum), innescando **una viralità positiva preziosa** per gestire la **SEO** (Search Engine Optimization) e la **link popularity**



# I NUMERI

Il blog è nato  
nel  
**Febbraio**  
**2011**

Da allora  
**100.000**  
visitatori e  
**150.000**  
lettori

Circa  
**4.000**  
visitatori ogni  
mese

In media gli  
articoli hanno  
**800** lettori  
unici

Gli articoli più  
letti arrivano a  
**+ 2300**  
lettori unici

In media  
**150**  
visitatori al  
giorno con  
punte di oltre  
**700**

# LE RUBRICHE

## **la comunicazione ai tempi della green economy**

Raccoglie gli esempi, sia positivi che negativi, di come oggi le aziende comunicano i temi green attraverso le analisi dei messaggi e delle campagne media.

## **le notizie hanno la memoria corta**

Riprende notizie importanti su cui l'attenzione dei media è calata ma che sono fondamentali per riportare l'attenzione dell'opinione pubblica su alcuni temi chiave

## **la green economy de noantri**

Parla delle tante promesse e dichiarazioni rimaste sulla carta, nonché delle illegalità e delle frodi che non mancano anche in questo nuovo settore

## **greenitaly**

Racconta i tanti esempi positivi di imprenditori, realtà locali, associazioni e semplici cittadini che fanno green economy in Italia

# IL PROFILO DEI LETTORI

Bianco rosso e green economy si rivolge sia ad un pubblico **business che consumer**.

I visitatori sono principalmente operatori del settore (imprenditori, responsabili marketing, ricercatori, consulenti), ma anche un pubblico non professionale di cittadini e studenti interessato ai temi dell'ambiente



# SERVIZI PUBBLICITARI, EDITORIALI, DI CONSULENZA

Per comunicare in modo innovativo, oltre all'attività giornalistica, è possibile concordare servizi editoriali, campagne pubblicitarie e attività di comunicazione integrata

## Publicazioni

- Realizzazione di prodotti editoriali completi, dall'ideazione all'impaginazione
- Elaborazione di notiziari, articoli, reportage, monografie, newsletter e house organ per soggetti privati e istituzioni
- Servizi redazionali
- Web content provider
- Realizzazione pagine web

## Servizi pubblicitari

- Spazi banner di diverse dimensioni e visibilità per campagne pubblicitarie

## Consulenza specialistica grazie al supporto della società di comunicazione [www.studio-navone.it](http://www.studio-navone.it)

- Qualificate collaborazioni in progetti di comunicazione ambientale
- Supporto e accompagnamento nella comunicazione verso i mass media
- Ricerca di occasioni di visibilità, proposta di "speaking platform", tavole rotonde
- Convegni
- Eventi