



**III edizione**

# **SIM Marketing for Good 2026**

**La digital competition SIM per il sociale**

**SPRING EDITION**

**13 Aprile - 4 maggio**



**In partnership con**



# SIM Marketing for Good: cos'è?



La **digital challenge** della Società Italiana Marketing che coinvolge gli studenti e le studentesse di tutta Italia (attraverso i loro profili Instagram) nel **promuovere un cambiamento sociale e dare concretezza alla mission** di SIM.

## La mission di SIM



## IL MANIFESTO DEL MARKETING

---

### Il Marketing

**Nell'economia e nella società crea valore per le persone, le istituzioni e le imprese, costruendo e mantenendo relazioni con i clienti, consumatori e altri stakeholder al fine di rispondere a bisogni e desideri individuali ed esigenze collettive.**

[Il manifesto del marketing](#)

# SIM Marketing for Good: gli obiettivi della Società Italiana Marketing



- ✓ Supportare un'organizzazione o un progetto a carattere sociale e non profit
- ✓ Comunicare un'immagine positiva del marketing (value: con il marketing si può fare del bene)

# Il partner dell'edizione 2026: Unicef Italia



# Chi è l'UNICEF?

L'UNICEF è il Fondo delle Nazioni Unite per l'Infanzia, l'agenzia delle Nazioni Unite che si occupa di proteggere e promuovere i diritti dei bambini e degli adolescenti in tutto il mondo.

La nostra missione è contribuire alla sopravvivenza, alla protezione e allo sviluppo delle potenzialità di ogni bambino e bambina, con speciale cura per quelli più fragili e vulnerabili. Tutta la nostra azione si ispira ai valori della Convenzione ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, della Carta delle Nazioni Unite e dei principali trattati sui diritti umani.

L'UNICEF lavora in **più di 190 paesi**. Ci sono 150 Uffici Nazionali nei paesi a basso e medio reddito, che operano in sinergia con le comunità, i governi locali e nazionali, e 32 Comitati Nazionali nei paesi ad alto reddito.

# L'UNICEF Italia

Il Comitato Italiano per l'UNICEF Fondazione ETS è nato nel 1974 ed è uno dei 33 Comitati Nazionali presenti nei Paesi ad alto reddito che operano sulla base di un Accordo di Cooperazione con l'UNICEF Internazionale e secondo una pianificazione congiunta e continuativa delle proprie attività.

Come ogni Comitato Nazionale, il nostro duplice compito consiste:

- nel **raccogliere fondi** per sostenere i programmi che l'UNICEF realizza nei Paesi in via di sviluppo;
- nell'**informare e sensibilizzare l'opinione pubblica** del nostro paese sui diritti e sui bisogni dell'infanzia e dell'adolescenza a livello globale.



# La Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza

Il riferimento costante dell'UNICEF per orientare la propria azione è la CRC, approvata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite il 20 novembre 1989 e ratificata dall'Italia il 27 maggio 1991 con la Legge n. 176.

## I principi fondamentali della CRC:

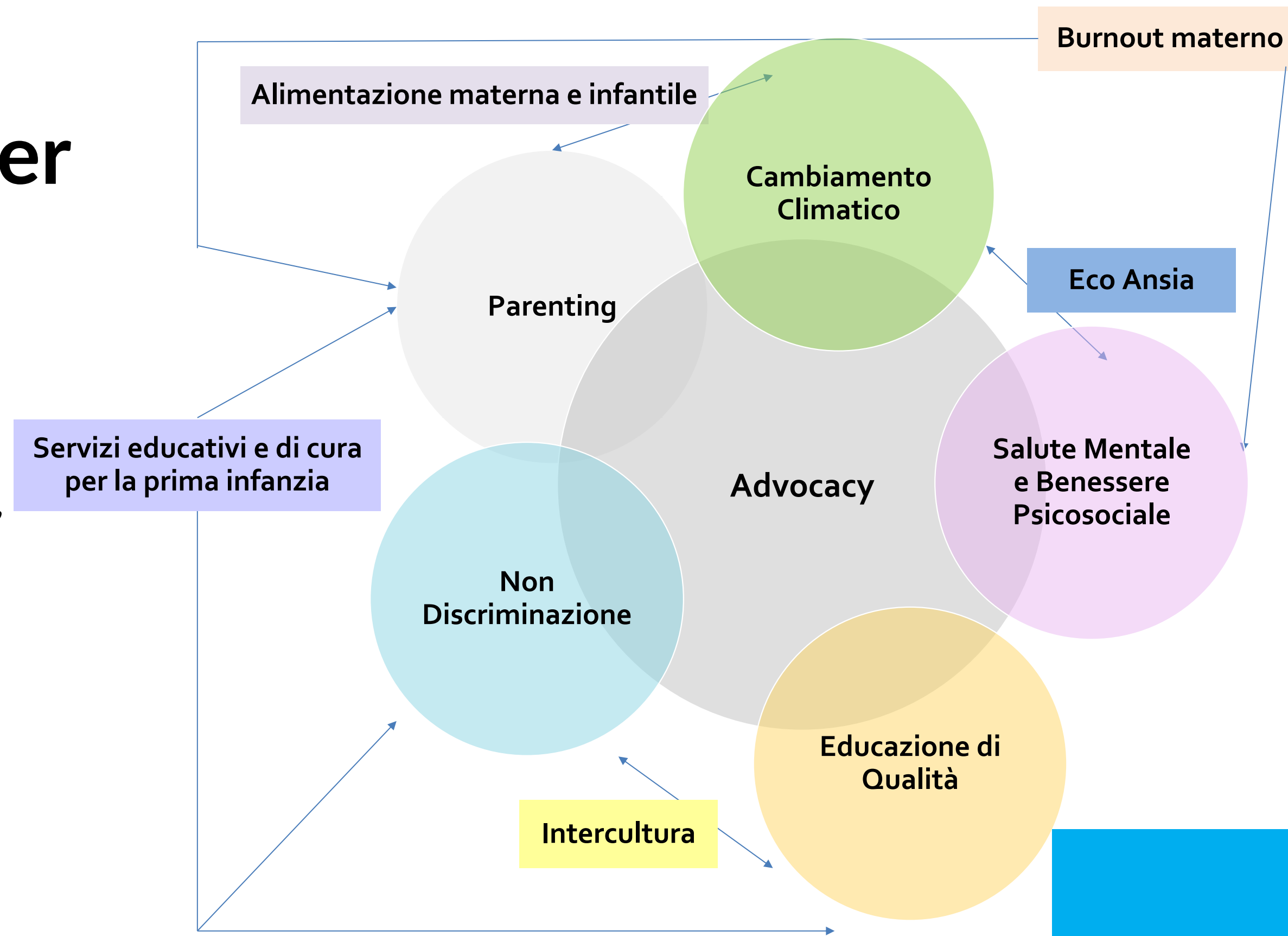
- Non discriminazione (art. 2)
- Superiore interesse (art. 3)
- Diritto alla vita, alla sopravvivenza e allo sviluppo del bambino e dell'adolescente (art. 6)
- Ascolto delle opinioni del minore (art. 12)



# Le priorità dell'Advocacy per l'UNICEF Italia

Le priorità di advocacy individuano alcuni ambiti strategici sui quali concentrare azioni di sensibilizzazione, ricerca e dialogo con le istituzioni.

Queste aree rappresentano le principali sfide che oggi incidono sul benessere e sui diritti di bambini, bambine e adolescenti in Italia e orientano le iniziative dell'organizzazione volte a promuovere politiche pubbliche più inclusive, efficaci e attente all'infanzia.





Per la *spring edition 2026*, Unicef Italia propone la campagna:

**#nonrestareinsilenzio**

<https://www.youtube.com/watch?v=NqwpPFtWMko>

TRA DI NOI  
NON CI SONO  
**SEGRETI**

HA TUTTE  
**LE MIE  
PASSWORD.**

**NON RESTARE  
IN SILENZIO.  
AGISCI ORA.**

Se vuoi parlarne con qualcuno  
chiama il numero gratuito  
**1522**

Hai diritto a chiedere aiuto, anche se sei minorenne. Chiama il numero 1522: è gratuito, anonimo e attivo h24.  
Riceverai dalle operatrici ascolto, consigli, protezione e una prima risposta su cosa fare in caso di violenza.

unicef   
per ogni bambino

CON LUI  
CONDIVIDO  
TUTTO

ANCHE LA MIA  
POSIZIONE.  
SEMPRE.

**NON** RESTARE  
IN **SILENZIO**.  
AGISCI ORA.

Se vuoi parlarne con qualcuno  
chiama il numero gratuito  
**1522**

Hai diritto a chiedere aiuto, anche se sei minorenne. Chiama il numero 1522: è gratuito, anonimo e attivo h24.  
Riceverai dalle operatrici ascolto, consigli, protezione e una prima risposta su cosa fare in caso di violenza.

unicef   
per ogni bambino

# #nonrestareinsilenzio

**Obiettivo:** contrastare la violenza sulle ragazze e promuovere il numero gratuito di pubblica utilità 1522.

**Razionale:** il rischio che nelle relazioni affettive l'abuso e la violenza psicologica e fisica possano essere normalizzate e talvolta addirittura romanticizzate, che non si dia il giusto peso a certe azioni e a certe parole e di rimanere in silenzio e di isolarsi.

**Target:** la campagna si rivolge alle ragazze.

**Ask:**

- **Chiamare il 1522** (gratuito, anonimo e disponibile h24) per chiedere aiuto e/o porre domande
- **Rivolgersi ad un centro Antiviolenza** più vicino (<https://www.1522.eu/mappatura-1522/>), qualora si abbia bisogno di ricevere supporto.





# L'obiettivo specifico della challenge




Gli studenti e le studentesse dovranno utilizzare il **proprio profilo social IG** per invitare i propri contatti a visitare la landing page dedicata alla campagna e contribuire alla sensibilizzazione della loro community sull'importanza di:

- **Non normalizzare** o **romanticizzare l'abuso** e la violenza psicologica e fisica nelle relazioni affettive;
- **Riconoscere segnali di pericolo** quali controllo, gelosia ossessiva, paura, isolamento sociale fino ad arrivare alla violenza fisica;
- **Chiedere aiuto** chiamando il numero 15.22 o rivolgersi a un centro antiviolenza.

# La landing page

<https://nonrestareinsilenzio.unicef.it>



unicef 

## Non restare in silenzio. *Agisci ora.*

Se ti senti in pericolo, sotto pressione o semplicemente confusa  
su quello che stai vivendo, **non aspettare che peggiori.**

**CHIAMA IL 1522**

Numero antiviolenza e stalking. Gratuito, anonimo, attivo 24/7.



# Quando? Il timing della competizione



La competizione sarà attiva su Instagram  
dal **13 aprile al 4 maggio 2026**.

È richiesta l'iscrizione attraverso la compilazione del **form di partecipazione** disponibile nella pagina dedicata all'iniziativa nel sito della SIM\* **entro il 4 maggio 2026**.

\* <https://www.simktg.it/attivita/education/marketing-for-good/>

- Nel periodo di apertura della challenge, gli studenti e le studentesse dovranno creare **da 2 a 5 stories Instagram** per rispondere alla call di Unicef italia **creando traffico alla landing page del partner** e supportare la campagna **#nonrestareinsilenzio**.
- Potranno partecipare alla digital competition SIM Marketing for Good **gli studenti e le studentesse di tutte le Università italiane** (compresi gli studenti Erasmus).
- La partecipazione è **individuale** e si potrà utilizzare anche un **profilo Instagram privato**.
- In caso di apertura di un nuovo profilo, non è consentito l'utilizzo di nomi che richiamino in modo diretto Unicef Italia e/o la Società Italiana Marketing (es: «@SIMperUnicef», «insiemeperunicef», ecc.).



# Le regole del gioco: il contenuto delle stories



In ciascuna storia IG dovranno essere inseriti **i seguenti elementi:**

- I **tag** @unicefitalia @sim.marketingforgood
- Gli **hashtag ufficiali** della competizione: #SIM #MarketingforGood #nonrestareinsilenzio
- Una **call to action** (es: «scopri che non sei sola...», «vuoi saperne di più...» ecc.) seguita da un **link** che dovrà essere creato da ciascun partecipante seguendo alcune semplici istruzioni sintetizzate di seguito.
- **IMPORTANTE!** Le stories prodotte per la competizione **dovranno essere salvate** e conservate in una cartella «in evidenza» almeno **fino alla proclamazione dei vincitori.**

## Focus: la creazione del link di tracciamento (1/2)

Per creare il link di tracciamento da inserire nelle storie dovete partire dal seguente link, sostituendo la parte evidenziata col vostro account Instagram:

[https://nonrestareinsilenzio.unicef.it/?utm\\_source=instagram&utm\\_medium=social\\_organic&utm\\_campaign=non\\_restare\\_in\\_silenzio&utm\\_content=username](https://nonrestareinsilenzio.unicef.it/?utm_source=instagram&utm_medium=social_organic&utm_campaign=non_restare_in_silenzio&utm_content=username)

Fate attenzione a non modificare nulla nella prima parte del link!

Lo username è l'account Instagram del partecipante, senza la «@» (es: [paolo.rossi22](#))

Il link così creato deve essere abbreviato per poter essere inserito nelle IG stories. Per questo, potete utilizzare il seguente tool (Bitly - registrazione gratuita richiesta):



The screenshot shows the Bitly website interface. At the top, there is a navigation bar with the Bitly logo, a menu with items like 'Piattaforma', 'Soluzioni', 'Prezzi', 'Risorse', 'IT', 'Login', 'Get a Quote', and 'Sign up Free'. The main content area has a dark blue background with the headline 'Instaura connessioni digitali più solide'. Below this, there is a sub-headline: 'Usa il nostro accorciatore di URL, QR Code e pagine di destinazione per interagire con il tuo pubblico e guidarlo alle informazioni giuste. Crea, modifica e monitora, tutto all'interno di Bitly Connections Platform.' There are two tabs: 'Link breve' (selected) and 'QR Code'. The 'Link breve' tab contains a form titled 'Accorcia un link lungo' with the note 'Non è richiesta la carta di credito.' Below the title is a text input field with the placeholder 'Incolla il tuo link lungo qui' and the example URL 'https://esempio.com/mio-url-lungo'. A blue button with the text 'Ottieni il tuo link gratuitamente' and a right-pointing arrow is positioned below the input field. At the bottom of the form, there is a list of features for the free plan: 'Registrati gratuitamente. Il tuo piano gratuito include:' followed by three items: '5 link brevi/mese', '3 seconde metà personalizzate/mese', and 'Clic illimitati sui link'.

Utilizzando lo shorten url, otterrete il link con questo formato:

<https://bit.ly/4dHBgZK>

Questo sarà il link da inserire nelle vostre IG stories.

**Attenzione!** Il link dovrà essere lo stesso per tutte le storie pubblicate dallo stesso utente e non potrà essere utilizzato per più di 5 stories.

- Il contenuto delle IG stories deve essere **originale** e le **immagini non** devono essere **protette da copyright**
- È consentito (anzi, consigliato!) il ricorso a **tool di AI per la produzione di immagini e video** (es: DALL·E 3, Adobe Firefly, Stable Diffusion, Copilot ecc.)\*
- È necessario attenersi alle regole della community Instagram
- Nel caso in cui si utilizzino i loghi di SIM e Unicef italia è fondamentale seguire le indicazioni dei **brand book** e delle **guidelines di comunicazione** (tra i materiali a disposizione sul sito della SIM).

\*Trasparenza: ogni uso dell'AI deve essere dichiarato esplicitamente nelle storie; Equità e riduzione dei pregiudizi: Verificare criticamente i risultati e non accettare passivamente ciò che l'IA genera



# Materiali aggiuntivi a disposizione sul sito SIM



Nel pagina dedicata a SIM Marketing for Good nel sito della Società Italiana Marketing sono disponibili in download:

1. **Presentazione di SIM Marketing for Good – spring edition 2026**
2. **Estratto brand book Unicef**
3. **Tips di Unicef per la comunicazione social**
4. **Regolamento di SIM Marketing for Good.**



# Aggiornamenti social

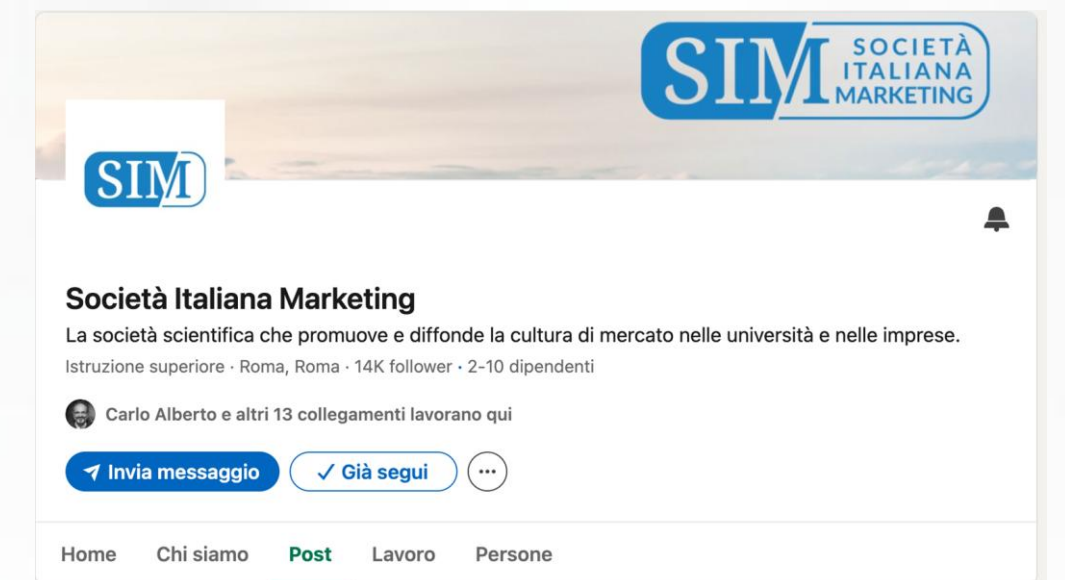


Per tutti gli aggiornamenti sulla SIM digital competition:

- **Profilo Instagram di SIM Marketing for Good @sim.marketingforgood**



- **La pagina LinkedIn della Società Italiana Marketing**



Alla fine del periodo della competizione, Unicef farà una **doppia valutazione**:

- Di **tipo quantitativo**, finalizzata all'individuazione dei **30 account IG** selezionati sulla base di un criterio che tiene conto sia del traffico totale generato alla pagina <https://nonrestareinsilenzio.unicef.it> (rilevato da Google analytics nel periodo di apertura della competizione) sia del rapporto tra il traffico totale generato ed il numero di follower del partecipante.
- Di **tipo qualitativo**: sui primi 30 account si farà un'analisi qualitativa del **contenuto delle IG stories**, premiando quelle più pertinenti e appealing.

La digital competition SIM Marketing for Good è un'iniziativa con un forte impatto sociale!

Il vero premio è l'aver contribuito a un'importante causa: contrastare la violenza sulle ragazze e promuovere il numero gratuito di pubblica utilità 1522.

Per i primi 30 classificati, **open badge** con la certificazione digitale delle competenze



(dall' 11<sup>a</sup> alla 30<sup>a</sup>  
posizione)



(dalla 10<sup>a</sup> alla 2<sup>a</sup>  
posizione)



(1° classificato)

Per i vincitori (prime tre posizioni):

- Invito presso la sede di Unicef Italia di Roma o di Milano (workshop con i manager dell'organizzazione)
- Gadget Unicef

Per i primi dieci classificati:

- Visibilità alle storie IG nel profilo @sim.marketingforgood (repostate dopo la finale e salvate in evidenza).



- **Attestato SIM Marketing for Good Activist**
- **Repost delle storie** più belle una volta chiusa la competizione. Quindi... non eliminate le storie e continuate a seguire l'account [@sim.marketingforgood!](https://www.instagram.com/sim.marketingforgood/)





# Ricapitolando: per essere SIM Marketing for Good activist...



...è necessario:

1. **Seguire gli account Instagram SIM Marketing for Good e di Unicef Italia** (che andranno taggati nelle storie)
1. Creare il **link di tracciamento** (short) da inserire nelle IG stories
1. Creare **da due a cinque IG stories** seguendo tutte le regole indicate in questa presentazione
1. Compilare il **form di registrazione** sul sito della SIM **entro il 4 maggio**.



**Contiamo sul vostro prezioso  
supporto!**

***“Working together for a better  
marketing”***

