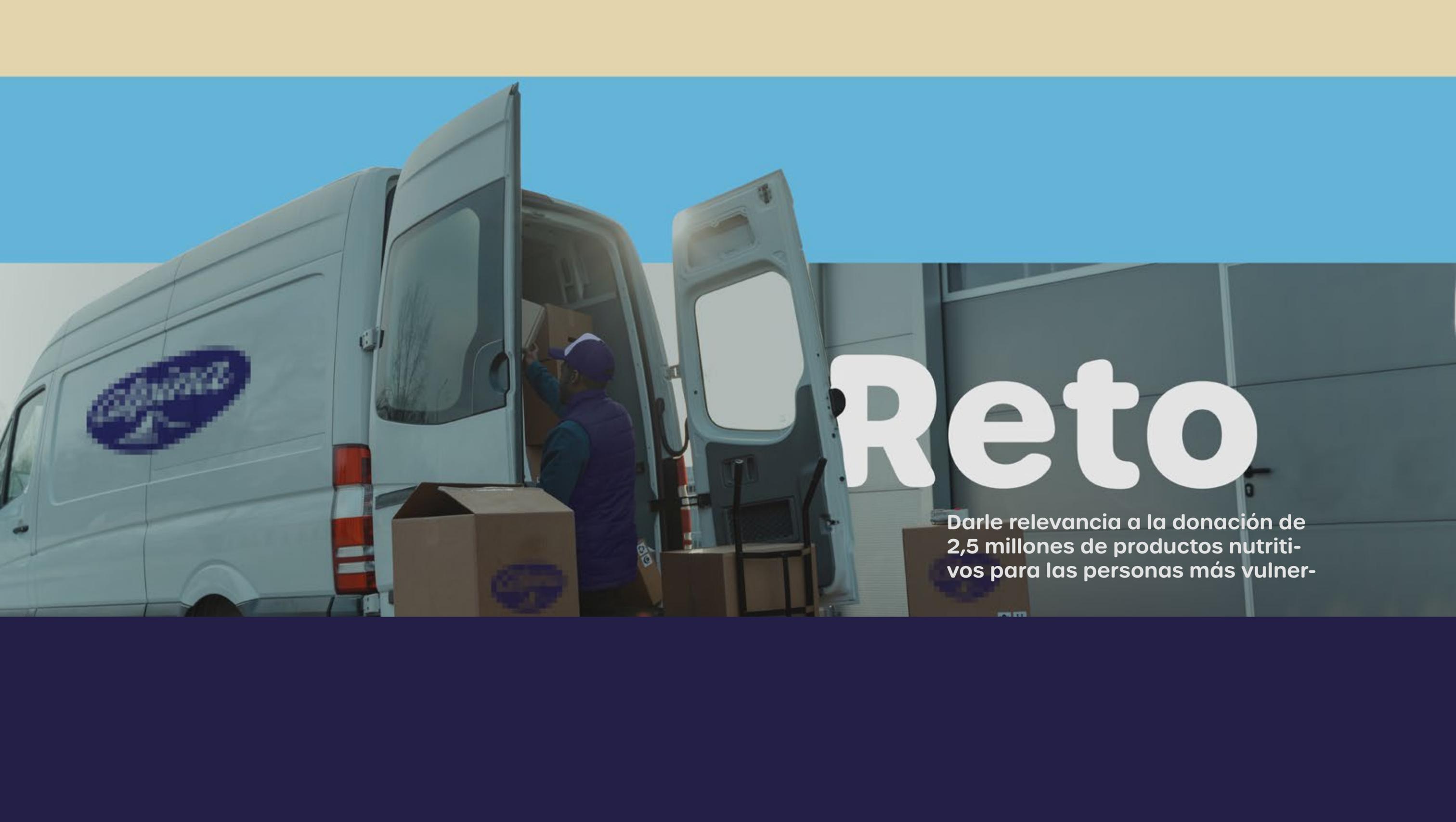




PR · 2021



Reto

Darle relevancia a la donación de 2,5 millones de productos nutritivos para las personas más vulnerables.

Situación

Las donaciones de parte de una marca siempre van a ser vistas como una oportunidad para lucirse, generar números positivos por la empresa y resaltar sobre las demás. En resumen, es una acción oportunista.





presenta:

Anippla

Pasemos desapercibidos y llamaremos la atención.



Anipla

Realizaremos 2,5 millones de donaciones bajo el pseudónimo de Anipla y haremos que el país se pregunte quién está detrás de todo esto.

¿Qué significa

Anipla alpina

Si queremos darle un giro a la nutrición de los más vulnerables, démosle un giro a nuestro nombre y pasemos desapercibidos para que esta donación se entienda como una acción que busca un mundo más sostenible y no como oportunismo.

Ejecución

Expectativa

- 1 Colombia se despertará con cientos de agradecimientos por parte de organizaciones sociales hacia una entidad llamada "Anipla". Pero esta entidad no estará registrada en ningún lugar y nadie responderá al agradecimiento.
- 2 Usando el #QuiénEsAnipla, medios de comunicación e influencers empezarán a preguntarse y a crear teorías conspirativas acerca de ¿quién es Anipla? Y por qué donó esa cantidad de productos nutritivos a todo el país.



Cruz Roja Colombiana ✓

@cruzroja_col

Agradecemos públicamente a Anipla por haber donando 320.000 alimentos. Pero aún no sabemos quiénes son.

[#QuiénEsAnipla](#)



22:15 · 25 jun. 20 · [Twitter for Pixabay](#)

26 Retweets 74 Likes



Ejecución

Lanza- miento

- 1 La W entrevistará a uno de los beneficiados con el fin de averiguar quién está detrás de todo esto. El entrevistado revelará que las personas que vio tenían una montaña en su logotipo. Ahí descubrirán que ANIPLA ES ALPINA pero con un giro en su nombre.



- 2 Una vez, descubran que nosotros somos Anipla, lanzaremos un comunicado en el que explicaremos nuestro objetivo principal: pasar desapercibidos al darle un giro radical a nuestro nombre... el mismo giro que queremos darle a la nutrición de los colombianos menos favorecidos.



Resultados

Primera semana Segunda semana General

- Agradecimiento a Anipla de parte de las organizaciones.
- Influencers y medios de comunicación crean un misterio alrededor de ¿quién es Anipla?

- La W revela la verdadera identidad de Anipla.
- Comunicado de prensa justificando la creación de Anipla una vez nos descubran.

- Con 35 millones de pesos, fuimos trending topic en Twitter, conseguimos 500 mil menciones en Facebook y alcanzamos 80 MM en PR.

Pasemos desapercibidos

Anipla alpina

y llamaremos la atención

Contexto

Cuando una marca decide hacer una buena acción es vista como una estrategia que se hace para llamar la atención y resaltar sobre las demás marcas. Para muchos es publicidad disfrazada de caridad. Oportunismo.

Idea

Realizaremos 2,5 millones de donaciones bajo el pseudónimo de Anipla y haremos que el país se pregunte quién está detrás de todo esto.



¿Qué es Anipla?

Si queremos darle un giro a la nutrición de los más vulnerables, démosle un giro a nuestro nombre y pasemos desapercibidos para que esta donación se entienda como una acción que busca un mundo más sostenible y no como oportunidad.

Ejecución

- 1 Colombia recibirá una monumental donación de 2,5 millones de productos por parte de una entidad llamada Anipla.
- 2 A través de algunos medios e influencers, vamos a dar difusión a la pregunta: #QuiénEsAnipla?
- 3 Por medio de una entrevista, La W descubrirá que Anipla es Alpina pero al revés.
- 4 Saldremos con un comunicado público admitiendo ser nosotros y contando que no es la primera vez que lo hacemos.

