

# Sostenibilità, campagna Sense of Purpose di L'Oréal Groupe vince premio Mattia Serafini

05 dicembre 2023  
Redazione Adnkronos



**L'Oréal Groupe** - con la declinazione italiana della campagna Sense of Purpose - è tra i vincitori del Premio dedicato alla memoria di Mattia Serafini, fortemente voluto dall'**Unione Industriali di Torino in ricordo del comunicatore e professionista**, scomparso a soli 36 anni. In particolare, L'Oréal è risultata prima classificata tra le medio-grandi imprese nella categoria sostenibilità ambientale, sociale ed economica. L'edizione 2023 del premio si è conclusa al Centro Congressi dell'Unione Industriali di Torino con la cerimonia di assegnazione dei riconoscimenti alle aziende Associate che si sono distinte sui social media per campagne di Prodotto o Servizio, Brand e Sostenibilità, nelle categorie Piccola Impresa e Media-Grande Impresa.

“Siamo molto felici di questo riconoscimento - ha detto Filippo De Caterina, Corporate Affairs and Engagement Director di L'Oréal Italia - Per la prima volta produciamo una campagna che non riguarda i nostri brand ma i nostri valori. Crediamo che in un'evoluzione della comunicazione le aziende dovrebbero comunicare i loro valori fondativi anche a rischio di non essere condivisi da tutti. Il nostro desiderio è quello di lasciare una traccia nel mondo in cui ci troviamo”. L'Oréal donerà il valore del premio a **Piazza dei Mestieri**, associazione nata a Torino, che si occupa di accoglienza e di avviamento al lavoro di giovani italiani e stranieri.

Unione Industriali Torino, con il Centro Congressi, ha ideato questo Premio nel 2021 nella convinzione che la presenza e la capacità di agire in ambito digitale siano elementi centrali per la crescita e la competitività per tutte le imprese associate e che possano contribuire a rafforzare sul territorio una cultura d'impresa innovativa, diffusa e inclusiva. Il Premio Mattia Serafini è organizzato da Unione Industriali Torino, in collaborazione con i Gruppi Chimica&Vetro e Gomma Plastica di Unione Industriali che, insieme a Mattia Serafini, hanno creato il **percorso #SocialEntrepreneur per la crescita digitale degli imprenditori**, e con la Fondazione Sia, che contribuisce alla diffusione della cultura manageriale in materie e percorsi utili per il progresso dei vari ambiti aziendali. La giuria del Premio Serafini è stata presieduta e coordinata da Paolo Lottero, imprenditore, social media strategy, innovation and tech, ed è composta da Enrico Giubertoni, scrittore e digital strategist; Marco Castelnuovo, giornalista, head of digital content di La7; Stefano Jugo, marketing/communication manager di Giulio Einaudi Editore e vincitore della scorsa edizione; Ruben Abbattista, responsabile Comunicazione istituzionale e ufficio stampa Unione Industriali Torino. "Creare la bellezza che muove il mondo" è stato il claim della campagna sul Sense of Purpose di L'Oréal Groupe, la prima campagna Corporate del Gruppo. Lanciata a livello mondiale nel 2021 dal Ceo Nicolas Hieronimus, la campagna Sense of Purpose vuole veicolare i valori che stanno alla base del lavoro del Gruppo. La campagna si focalizza sugli impegni in termini di cambiamento climatico, biodiversità, green sciences, packaging, inclusione sociale, empowerment femminile, talento, seniority con l'obiettivo di far conoscere i valori che guidano le scelte del Gruppo. A livello italiano la campagna è stata lanciata su stampa e digital e ha raggiunto 17 milioni di persone.