

# Brief per FIDAS

## 1 . Chi è FIDAS

La FIDAS è una Federazione di 73 Associazioni di donatori volontari di sangue. Cura il coordinamento a livello nazionale delle singole Associazioni presenti su tutto il territorio nazionale e garantisce un contributo qualificato ad ogni iniziativa socio-politica ed umana, che impegna il volontariato italiano del sangue. Partecipa, si aggiorna ed informa sulle novità in ambito legislativo, scientifico e sanitario, che riguardano i donatori ed il servizio trasfusionale.

Nel corso del 2013 le associazioni afferenti alla FIDAS hanno raccolto oltre 460mila donatori volontari e circa 410mila unità di sangue ed emocomponenti.

## 2 . Le campagne di comunicazione

In seguito ad un'indagine realizzata da FIDAS con la fondazione CENSIS, le recenti campagne di comunicazione FIDAS hanno puntato soprattutto al coinvolgimento di tre categorie di persone meno presenti nel panorama dei donatori di sangue: i giovani, le donne e i nuovi cittadini, ossia quanti provengono da altri paesi.

Nel 2012 è stata presentata la campagna **“Basta scuse”**, una multi soggetto rivolta ai giovani, alle donne e ai cittadini stranieri con alcune frasi tipiche dei non donatori “tanto ci pensa qualcun altro”, “sono troppo impegnato”, “è troppo doloroso”, ricordando che “Ci vuole più coraggio a trovare una scusa che a donare sangue”.

Tra il 2013 e il 2014 sono state lanciate 3 campagne rivolte sempre alle stesse categorie, con l'aiuto di alcuni testimonial:

**“La forza di un gesto”** ha avuto come testimonial Stefano Scarpa, giovane donatore tranese che nel 2012 ha vinto l'edizione di *Italia's got talent*, il programma riservato ai grandi talenti presenti in Italia. Lo spot video è stato diffuso via web e in diverse TV locali per un mese a partire dal 14 giugno.

Rosalba Forciniti, bronzo nelle olimpiadi di Londra, è stata protagonista dello spot **“Campionessa di vita”** dove la judoca percorre alcune delle azioni che compie una donna ogni giorno; tanti piccoli ed abitudinari gesti che trovano la loro focalizzazione sul braccio: bere un caffè, salutare un'amica, prendere un bambino, atterrare un avversario e, infine, donare il sangue, la mossa giusta per contribuire a salvare una vita. Anche in questo caso lo spot video è stato diffuso via web e in diverse TV locali durante il mese di marzo 2013 in occasione della festa della donna.

La vita è un intreccio di storie, vicine e lontane, e alcune possono essere raccontate perché c'è chi le ha rese possibili, con un gesto volontario, anonimo e gratuito: il dono del sangue. È questo il messaggio di **“Ogni storia è un dono”** lo spot di promozione della donazione del sangue rivolto ai nuovi italiani realizzato attraverso le voci di giovani cittadini stranieri che hanno scoperto l'importanza del dono per continuare a raccontare la propria storia.

### **3 . LA SFIDA**

In seguito a frequenti casi riportati sui media che hanno coinvolto persone omosessuali, FIDAS vuole realizzare una campagna di comunicazione integrata per raggiungere un doppio obiettivo:

- **Coinvolgere il target in un gesto altruistico e di responsabilità civica**
- **Favorire l'abitudine ad un controllo del proprio stato di salute.**

Se nell'ultimo ventennio del secolo scorso, infatti, l'incidenza di trasmissione di malattie quali HIV, epatite, sifilide e gonorrea, si era sensibilmente ridotta, durante l'ultimo decennio nella popolazione omosessuale (soprattutto maschile) si è registrato un notevole aumento dei casi, determinato in buona parte dalla maggiore conoscenza delle cure e della possibilità di guarigione. Insomma, l'HIV non fa più paura, quindi c'è minore attenzione.

L'Italia è uno dei pochi paesi europei che non fa discriminazione in merito all'orientamento sessuale (in altri paesi d'Europa, invece, l'omosessualità è un criterio di esclusione permanente dalla donazione del sangue). La normativa italiana specifica solo che occorre seguire corretti stili di vita, non avere rapporti occasionali o rapporti non protetti, ovvero prendersi cura della propria salute per poter garantire sangue sicuro.

#### **OBIETTIVI**

FIDAS vuole realizzare una campagna integrata di sensibilizzazione al dono che al tempo stesso educi a corretti stili di vita.

#### **Compito**

Diffondere uno stile di vita sano e un controllo costante del proprio stato di salute. Responsabilizzare sul diritto/dovere alla donazione di sangue che non discrimina in base all'orientamento sessuale.

#### **Stimolo**

Donare non è solo un dono, ma un gesto d'amore che salva un'altra vita. Il tuo sangue è fonte di vita per altre persone.

Donare sangue mi permette di controllare il mio stato di salute e assumere l'abitudine a comportamenti corretti. È un gesto d'amore verso noi stessi.

#### **Reazione attesa**

Controllo il mio stato di salute così posso donare il sangue e con uno sforzo minimo salvo la vita di altre persone.

## **TARGET**

**18-35 anni. Uomini e donne.**

## **TONE OF VOICE**

**Semplice e smart.**

## **COSA FARE**

- Creare una campagna integrata che spinga il target alla donazione e all'abitudine di controllare costantemente la propria salute.

## **MANDATORIES**

- Creare un board in formato pdf dalle dimensioni massime di 19Mb che riassume la big idea e le attivazioni media.
- Utilizzare le immagini scaricabili da Getty Images
- Utilizzare il logo FIDAS (fonte internet)
- Inviare attraverso un wetransfert l'elaborato ai seguenti indirizzi email: [info@adci.it](mailto:info@adci.it) e [sheepboard@gmail.com](mailto:sheepboard@gmail.com)

## **DEADLINE**

**Lunedì 24 Novembre ore 8.59**