

## Piano della campagna mediatica FISMAD 2020

### Presidente

Elisabetta Buscarini

### Comitato Direttivo

AIGO

Giuseppe Milazzo

Fabio Monica

Marco Soncini

SIED

Luigi Pasquale

Antonio Pisani

Bastianello Germanà

SIGE

Domenico Alvaro

Antonio Benedetti

Santino Marchi

La **Federazione Italiana Società Malattie dell'Apparato Digerente, FISMAD**, coerentemente con la lotta europea contro il cancro (European code against cancer, WHO), promuove proattivamente **l'adesione allo screening del cancro coloretale**, livello essenziale di assistenza dello stato italiano.

Nonostante siano disponibili robuste evidenze scientifiche che hanno dimostrato che lo screening per cancro coloretale **riduce del 10% il numero di nuovi casi e la mortalità per questo tumore del 25%**, **l'adesione rimane stabile su valori di poco superiori al 40%, valore medio nazionale.**

Per questo motivo è stata studiata una campagna creativa di comunicazione, della durata di un anno e con respiro nazionale, con **l'obiettivo di aumentare il numero di adesioni allo screening**

### Proposta creativa

La proposta nasce dal presupposto che, per essere efficaci nei messaggi relativi alla prevenzione del cancro, sia necessario proporre **una creatività molto forte**, che attiri l'attenzione e che, con ironia, diventi memorabile per il target di riferimento.

Poiché è dimostrato dai dati che la prevenzione del cancro coloretale funziona, l'idea per la campagna si fonda su un'insight reale e condivisibile, ovvero che **per sconfiggere la malattia non si può contare sulla fortuna.**

## Presidente

Elisabetta Buscarini

## Comitato Direttivo

AIGO

Giuseppe Milazzo

Fabio Monica

Marco Soncini

SIED

Luigi Pasquale

Antonio Pisani

Bastianello Germanà

SIGE

Domenico Alvaro

Antonio Benedetti

Santino Marchi

## Testimonial

Per rafforzare il messaggio e aumentarne la diffusione, coinvolgeremo **un testimonial importante e riconoscibile dal target**, che abbia nelle sue corde il tono di voce, ironico e pungente, della campagna.

## Pianificazione e canali

La campagna sarà lanciata su **Stampa e TV**, richiedendo spazi gratuiti a Mediaset e Rai, e supportata da attività di **Ufficio Stampa**, con conferenze stampa in diverse città d'Italia, conferenza stampa Skyway, oltre che con una forte attività sui **canali digitali**: dal sito FISMAD ai canali social, a banner, a vari format di video.

In particolare per i canali digital, svilupperemo sia un video musicale che un video educational in formato grafico per diffondere il messaggio e spiegare in modo semplice come funziona la prevenzione attraverso lo screening. Il tutto sarà pianificato in concomitanza con una serie di video interviste a veri pazienti che si sono salvati grazie allo screening, in modo da utilizzare le loro testimonianze come ulteriore canale di veicolazione del messaggio di campagna.