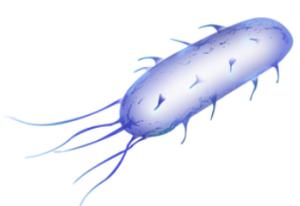


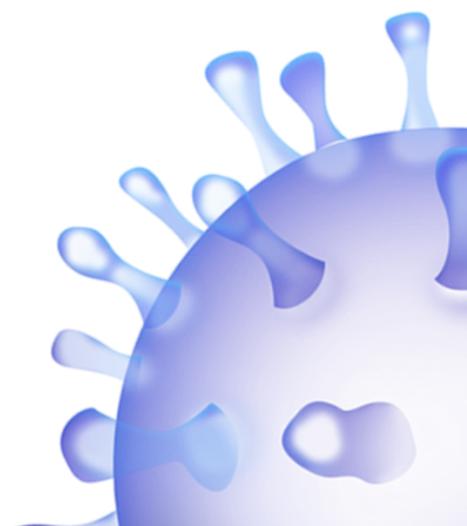
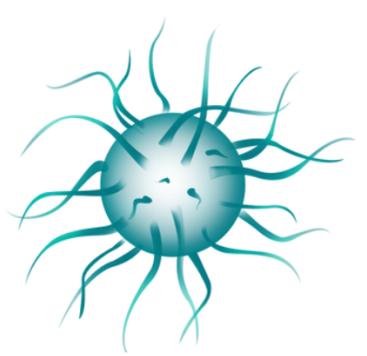


UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



PROTEGGI IL TUO FUTURO

Project Proposal



I membri del team



Chiara Bossi



Giulia Monti



Camilla Bassi



Ambra Osella



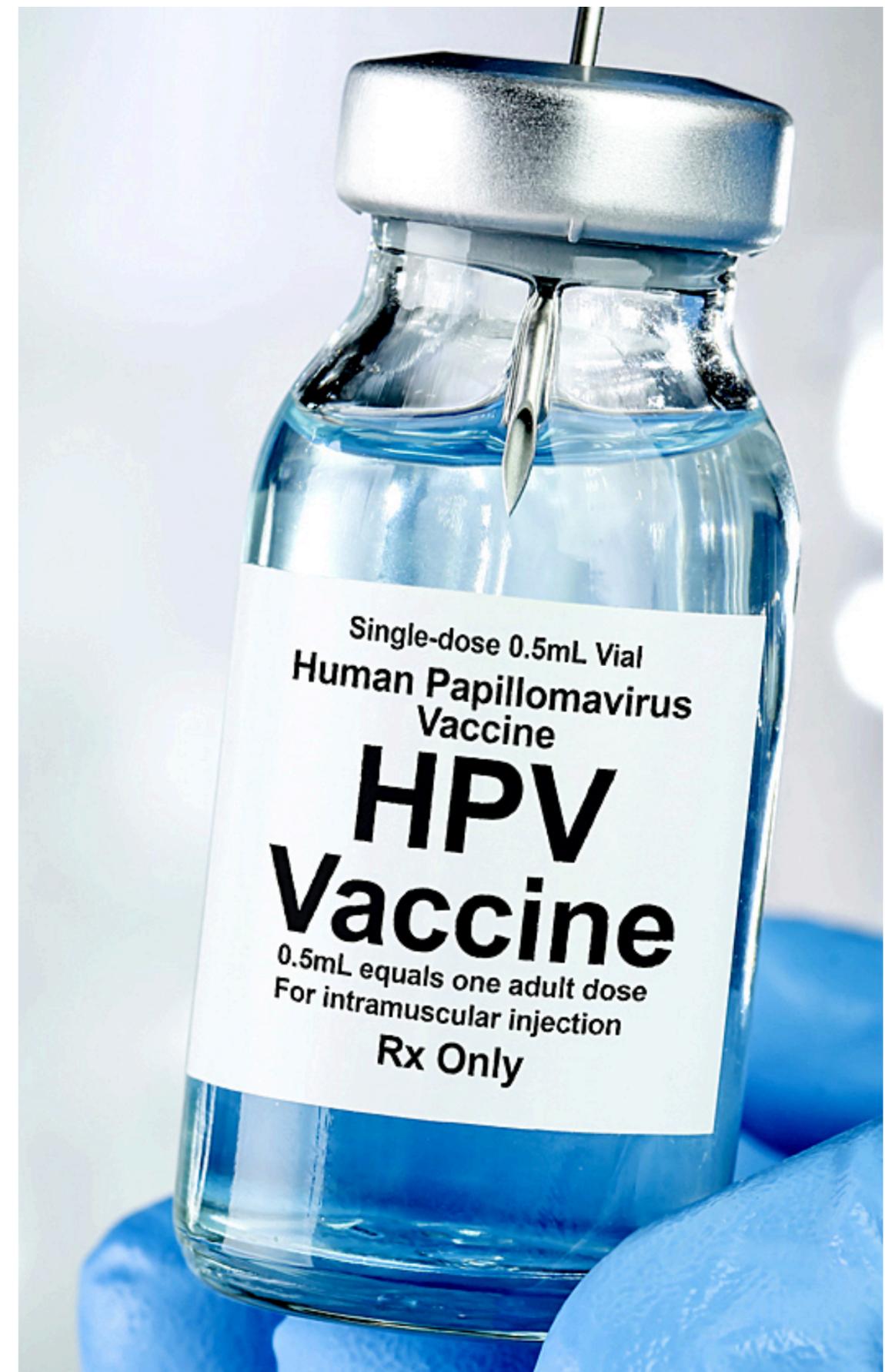
Erika Massimino



Alessia Covello

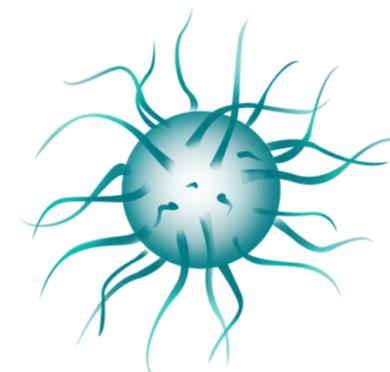
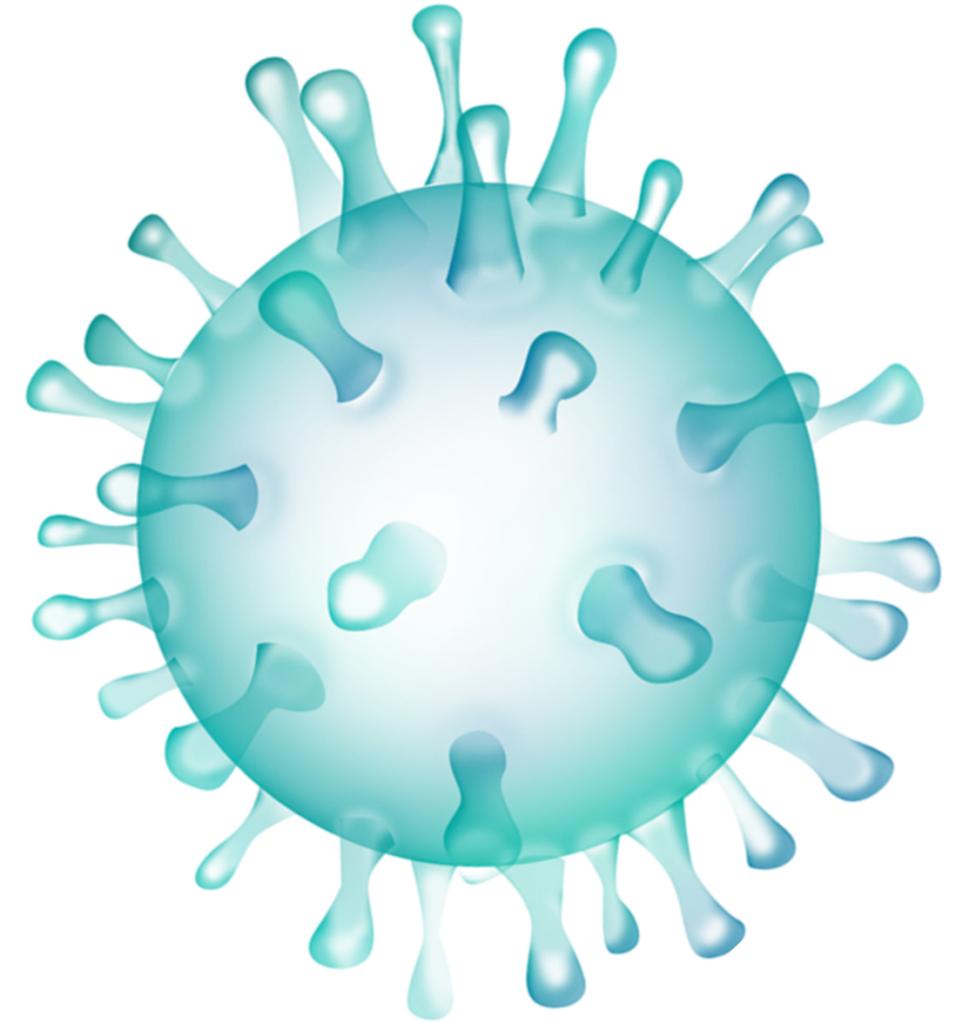
Indice

- 01** **Analisi del contesto**
- 02** **Target e personas**
- 03** **Swot analysis**
- 04** **Obiettivi, KPI e comportamenti**
- 05** **Le nostre proposte creative**



01

ANALISI DI CONTESTO



Contesto della Campagna HPV

Obiettivo: Campagna nazionale

- Social Video su scala nazionale
- Piattaforme: Raggiungere un pubblico ampio e diversificato

Tema principale

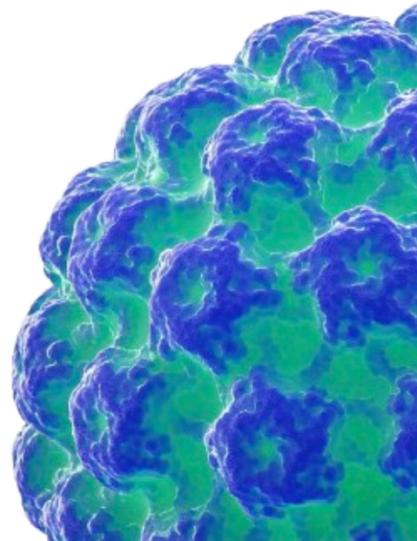
- Vaccino, Prevenzione, Informazione
- La vaccinazione non è obbligatoria, ma è una protezione efficace per la salute

Strategia

- Creare consapevolezza duratura
- Promuovere scelte informate riguardo alla vaccinazione

Focus sull'individualismo

- Enfatizzare la responsabilità individuale
- Slogan: "Proteggi il tuo futuro"
- La cura di sé è una priorità per il benessere personale



“Competitors”



F.A.V.O.

Federazione Italiana delle
Associazioni di Volontariato
in Oncologia



ACTO

ITALIA

ALLEANZA
CONTRO
il TUMORE
OVARICO



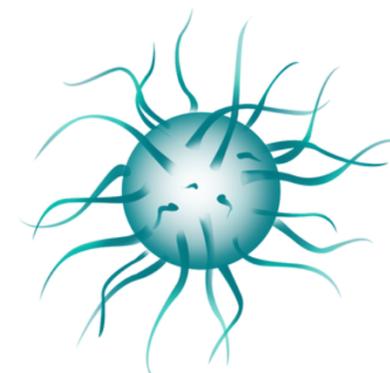
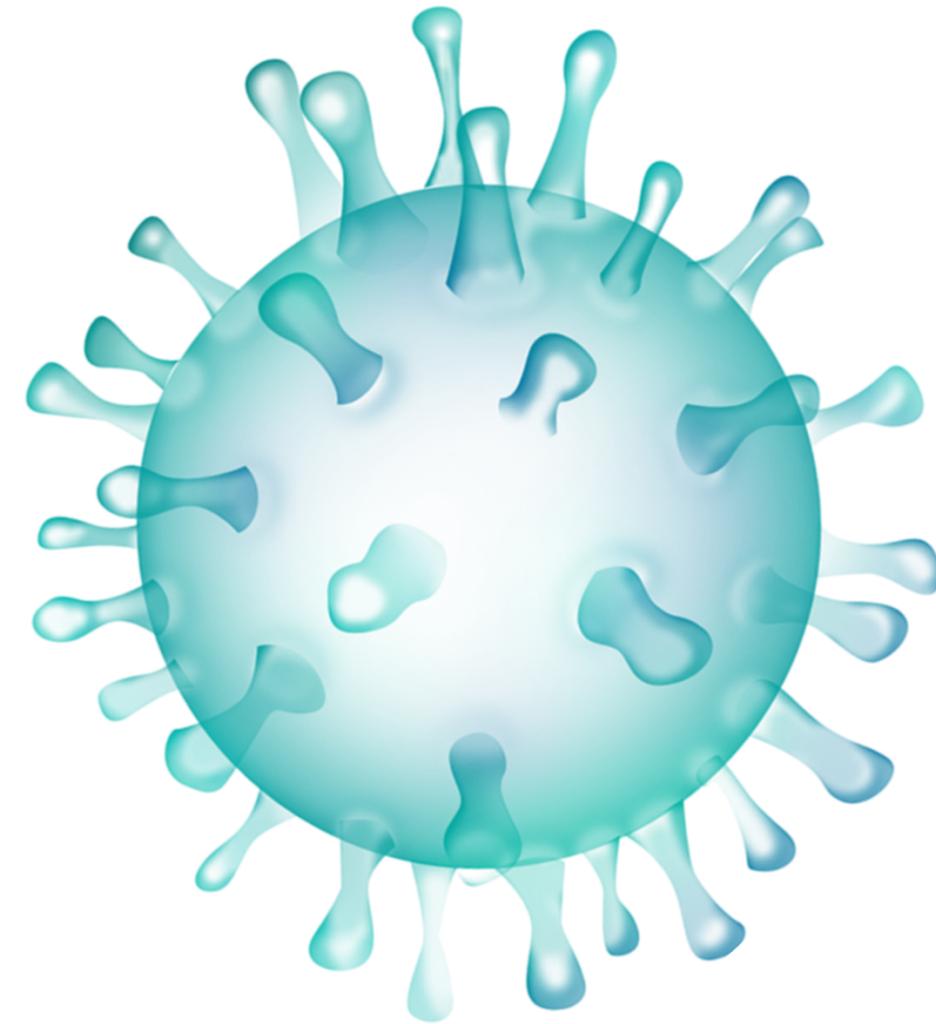
LILT

LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI

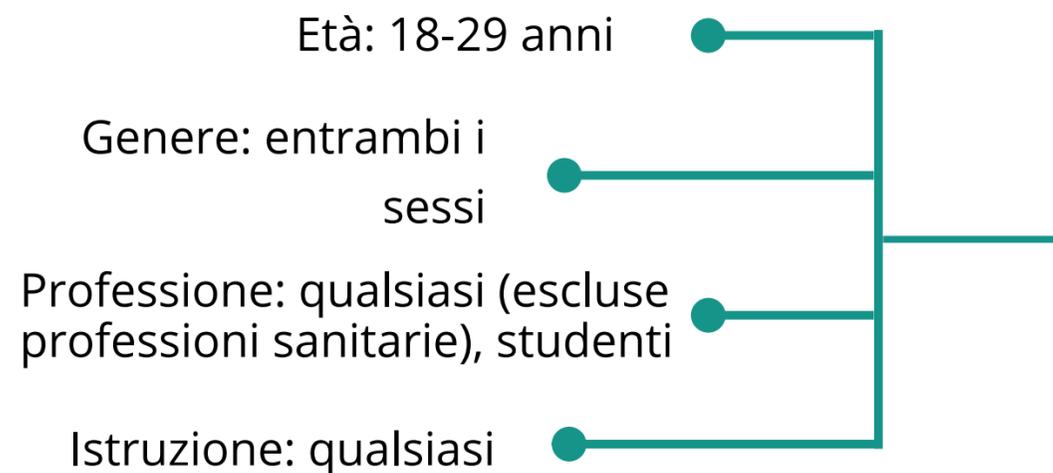
prevenire è vivere

022

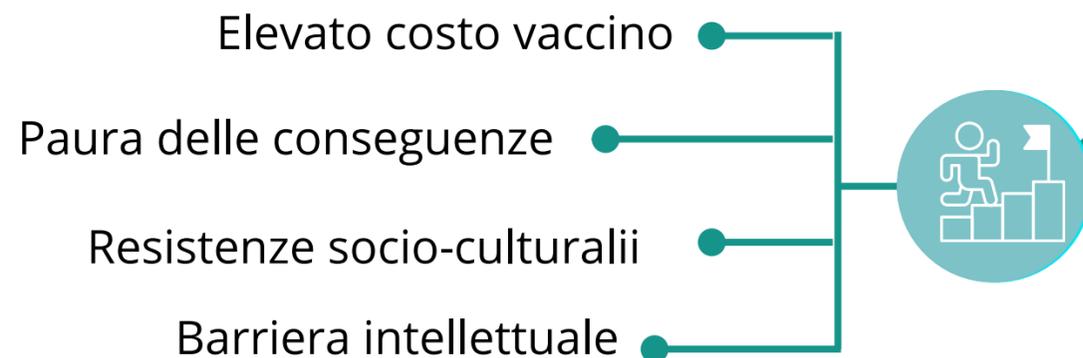
**TARGET
E PERSONAS**



Dati demografici

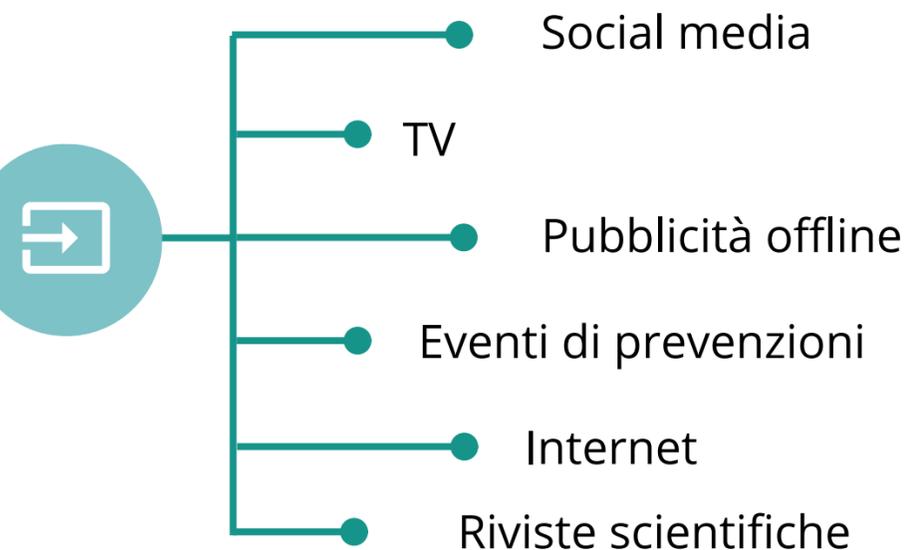


Sfide e Barriere



TARGET

Canali di informazione principali:



Personas



Marco: 18 anni, uomo, disoccupato, ha fatto solo la scuola dell'obbligo, famiglia "novax"; utilizza i social come passatempo giornaliero (scrolling)



Ludovica: 19 anni, donna, studentessa, passa molto tempo sui social, ha consapevolezza del tema e della sua importanza, ma non si è mai interessata e informata



Francesca: 25 anni, donna, studentessa, usa fonti affidabili, usa i social in modo attivo, approfondendo gli argomenti; inoltre, è volontaria alla croce rossa

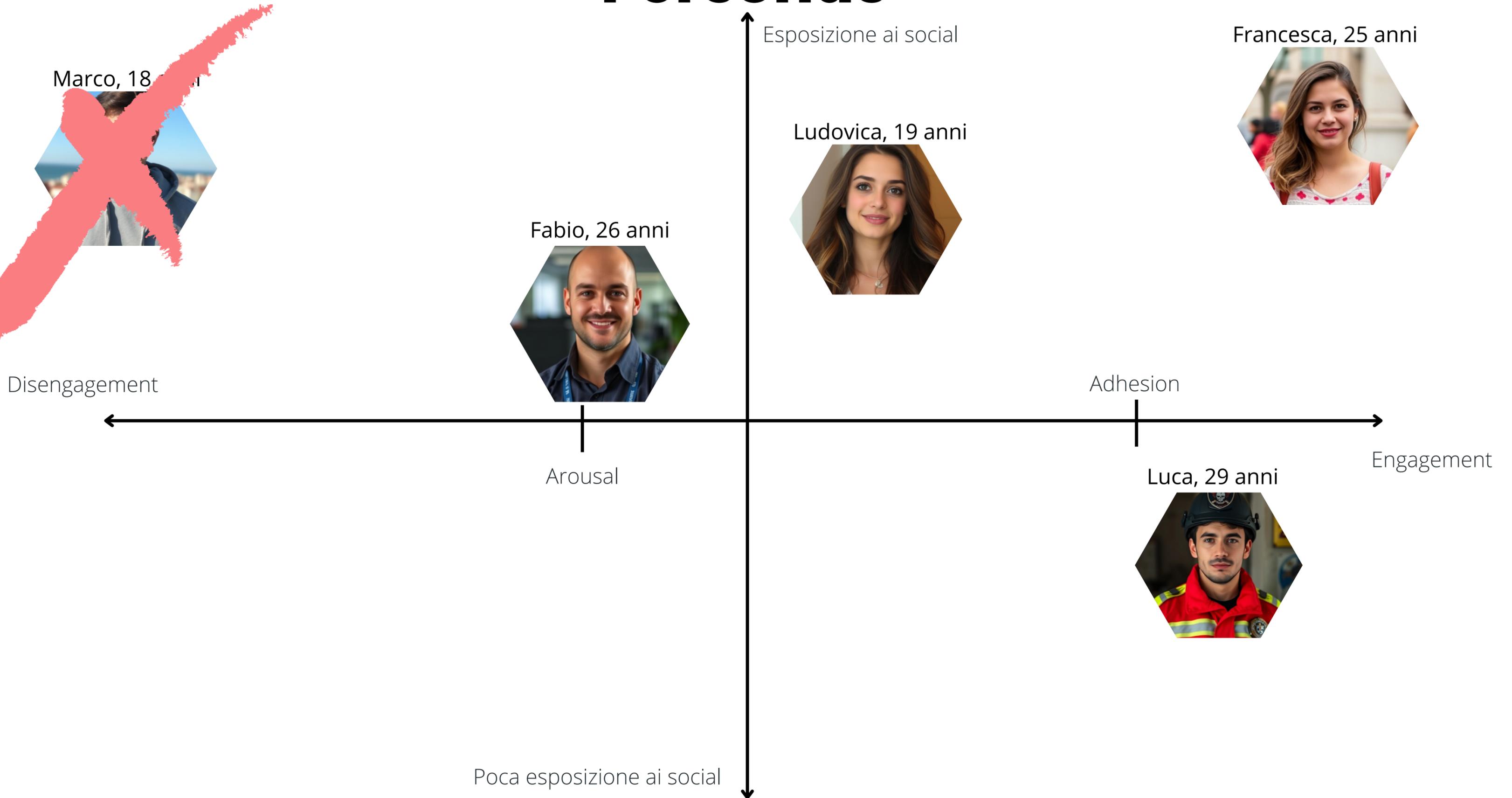


Fabio: 26 anni, uomo, commercialista, single, usa i social nel tempo libero e guarda molta tv la sera dopo lavoro, ma non ha interessi particolari, non è informato, ma vorrebbe



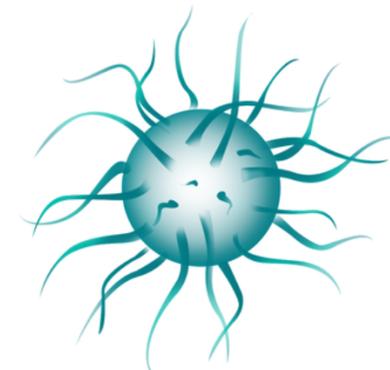
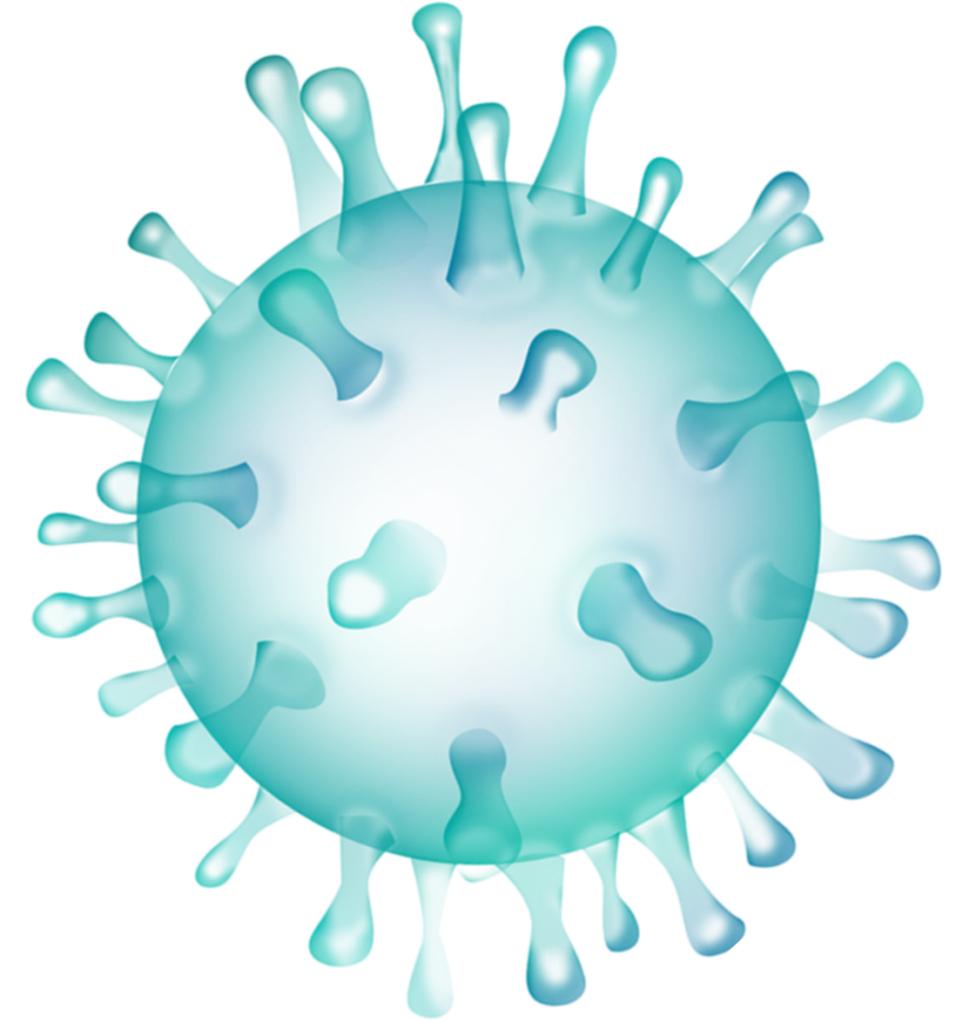
Luca: 29 anni, uomo, pompiere, sposato con un medico, è più soggetto alla pubblicità offline e alla televisione, è interessato all'argomento e ingaggiato a parlarne con i colleghi

Personas



03

SWOT ANALYSIS



SWOT Analysis

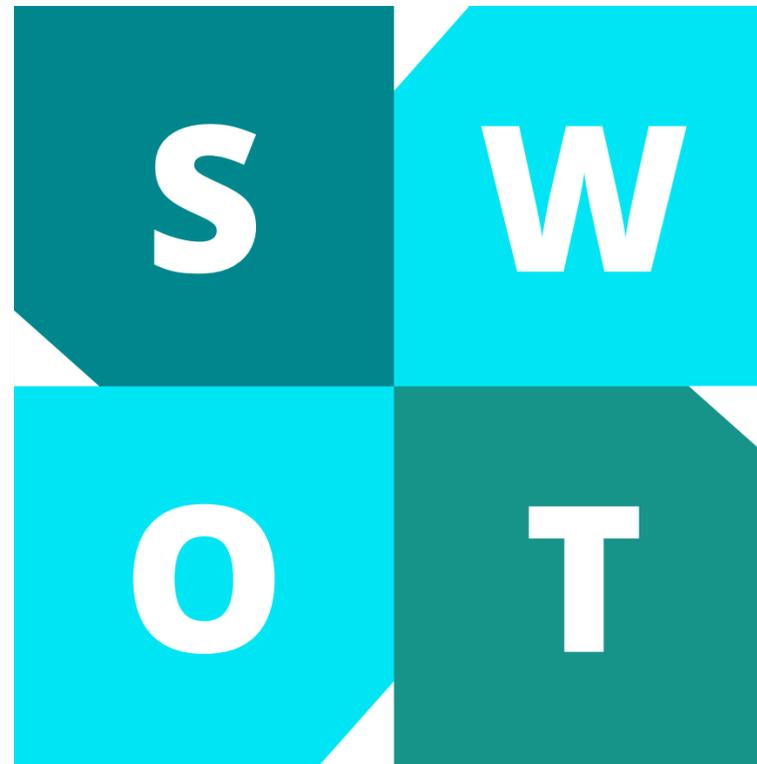
di Fondazione Veronesi

STRENGTHS

Reputazione positiva, alta awareness, **fondamento scientifico**, staff di alta competenza, collaborazioni e partnership con numerosi centri di ricerca, ospedali e università, **impegno nella divulgazione scientifica, programmi educativi e di prevenzione**, molto attiva sul territorio italiano

OPPORTUNITIES

Collaborazioni e partnership (influencer), aumento della consapevolezza, salute e prevenzione, divulgazione (online e offline).



WEAKNESSES

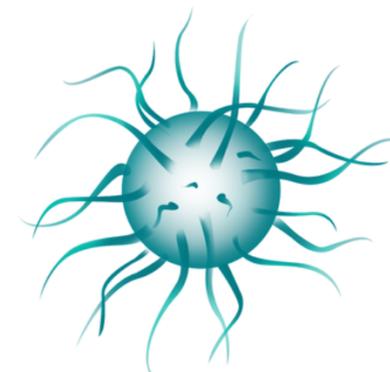
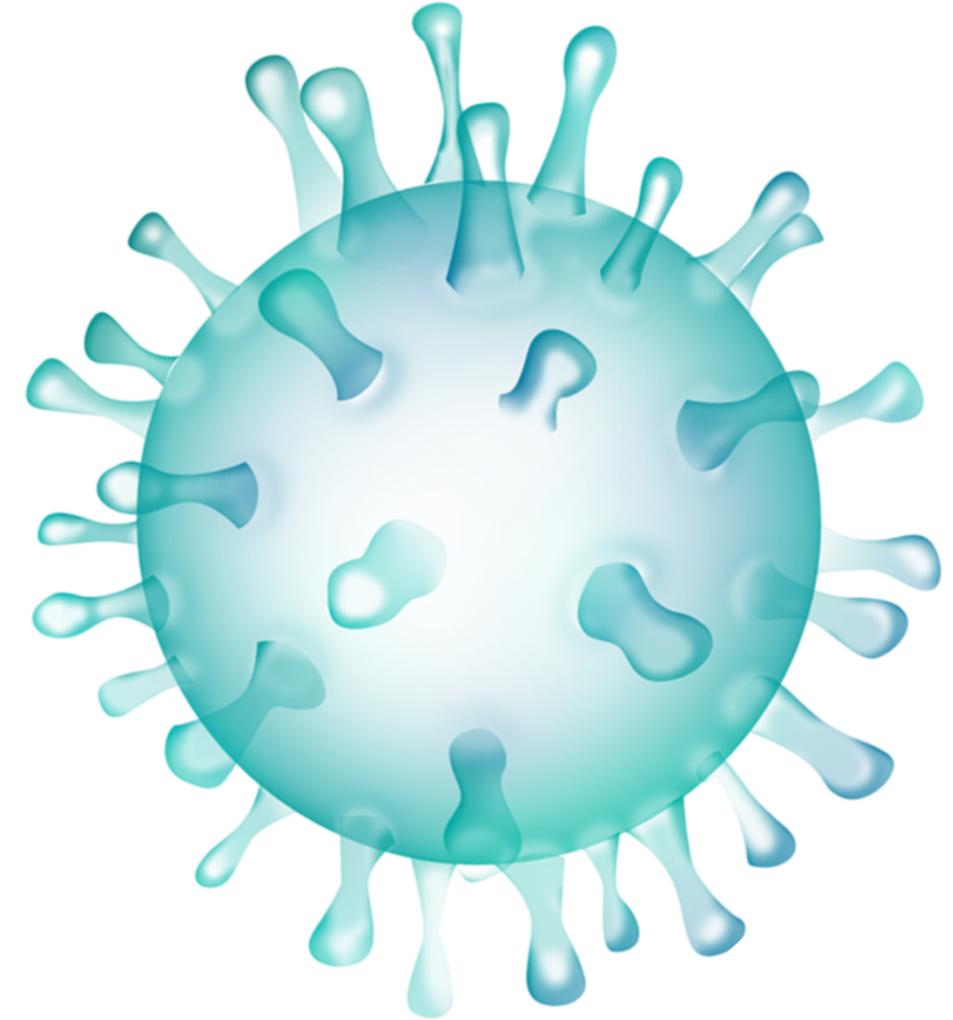
Risorse limitate e competenze non autonome possono ostacolare l'innovazione. L'impegno in diversi ambiti rischia di portare **trattazioni superficiali**, mentre la gestione dei fondi richiede trasparenza ed efficienza, essendo complessa e responsabile. Inoltre, la **competizione** nel settore no-profit rende difficile distinguersi e mantenere un sostegno costante.

THREATS

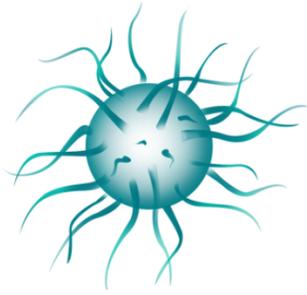
Crisi economica, regolamentazioni crescenti e **burocrazia** complicano la gestione delle associazioni no-profit. La competizione con altre fondazioni riduce la visibilità, mentre **coinvolgere giovani donatori risulta difficile**. Inoltre, il costo del vaccino per gli adulti e le resistenze emotive legate a paure e possibili complicazioni rappresentano ulteriori ostacoli.

04

**OBIETTIVI, KPI
E COMPORTAMENTI**



Obiettivo della Campagna



Prevenzione attraverso il Vaccino HPV

L'obiettivo principale è **promuovere la prevenzione** dell'HPV tramite la vaccinazione.

Le tre azioni chiave sono:

Informazione: *aumentare la consapevolezza sull'HPV e sui benefici della vaccinazione.*

Prevenzione: *sensibilizzare sull'importanza della prevenzione.*

Persuasione: *Incentivare la vaccinazione e stimolare un aumento delle donazioni per la ricerca sull'HPV.*



Specifici KPI

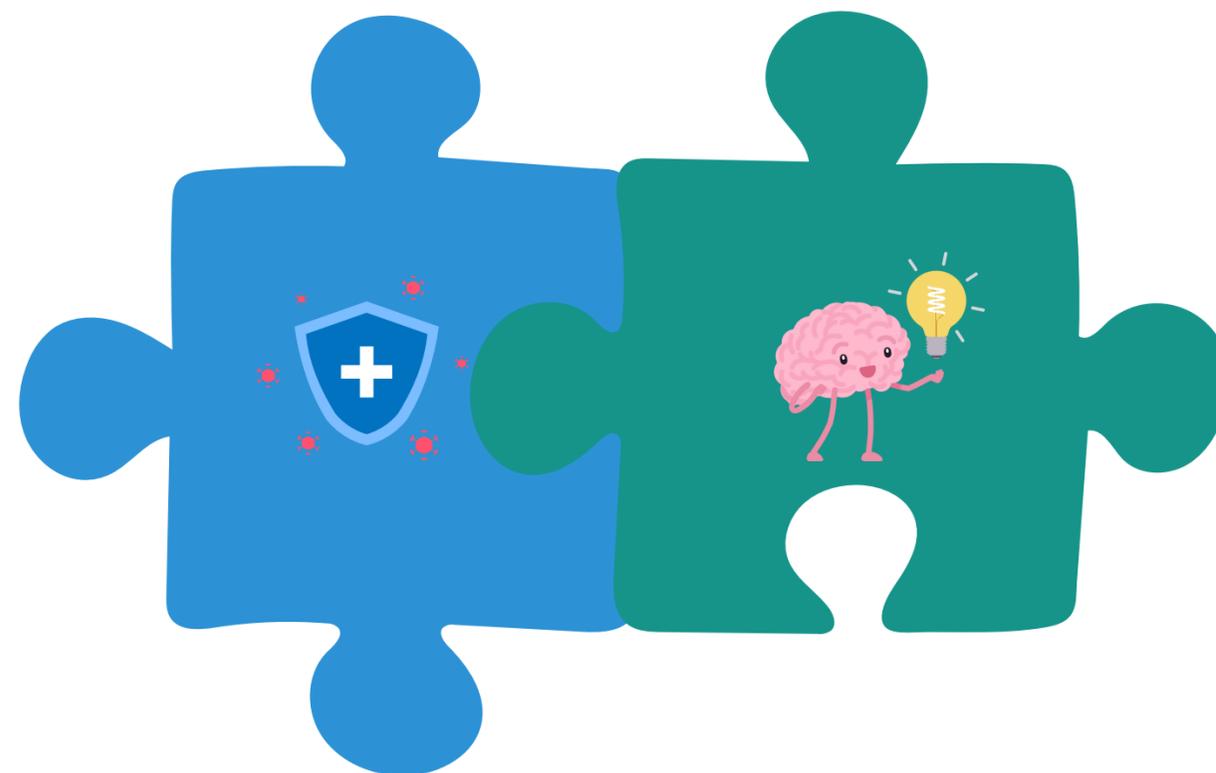
KPI	Descrizione	Obiettivi Collegati
Aumentare la Consapevolezza	Potenziare la conoscenza sull'HPV e il vaccino, incentivando le donazioni.	●
Tasso di adesione al vaccino	Incremento delle vaccinazioni (stimato +2-4%) tramite registri nazionali.	● ● ●
Reach	Numero di persone raggiunte (evento e online).	●
Engagement Social	Interazioni: like, commenti, condivisioni sui post.	● ●
Awareness Incrementata	Maggior consapevolezza, misurata con sondaggi pre/post campagna.	● ●
Tempo di Visualizzazione	Quanto tempo gli utenti guardano i video prima di abbandonare.	●
Numero di Condivisioni	Diffusione virale attraverso il passaparola e social.	● ● ●
Incremento Donazioni	Aumento a lungo termine delle donazioni entro 6 mesi.	● ● ●

● **Informazione**

● **Prevenzione**

● **Persuasione**

Comportamenti da raggiungere



Vaccinarsi consapevolmente:

Incoraggiare le persone a vaccinarsi contro l'HPV. Sottolineare che la decisione di vaccinarsi è libera e personale, ma al contempo è una decisione responsabile per la propria salute.

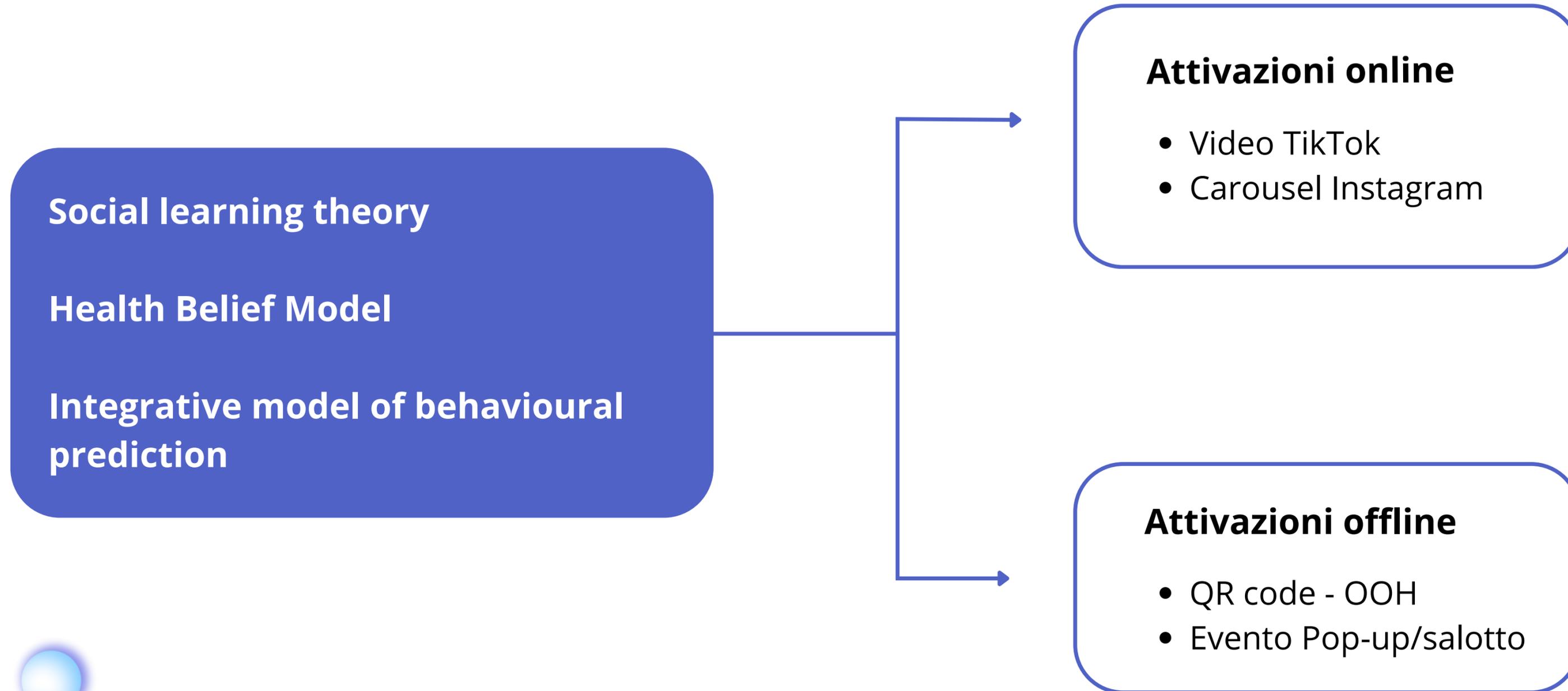
Aumentare la consapevolezza e l'educazione:

Incentivare le persone ad aumentare le proprie conoscenze riguardo l'HPV, ricercando informazioni chiare e scientifiche sul virus e le sue conseguenze.

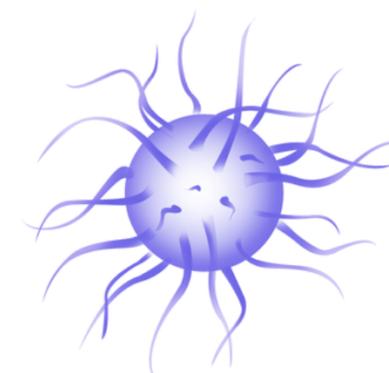
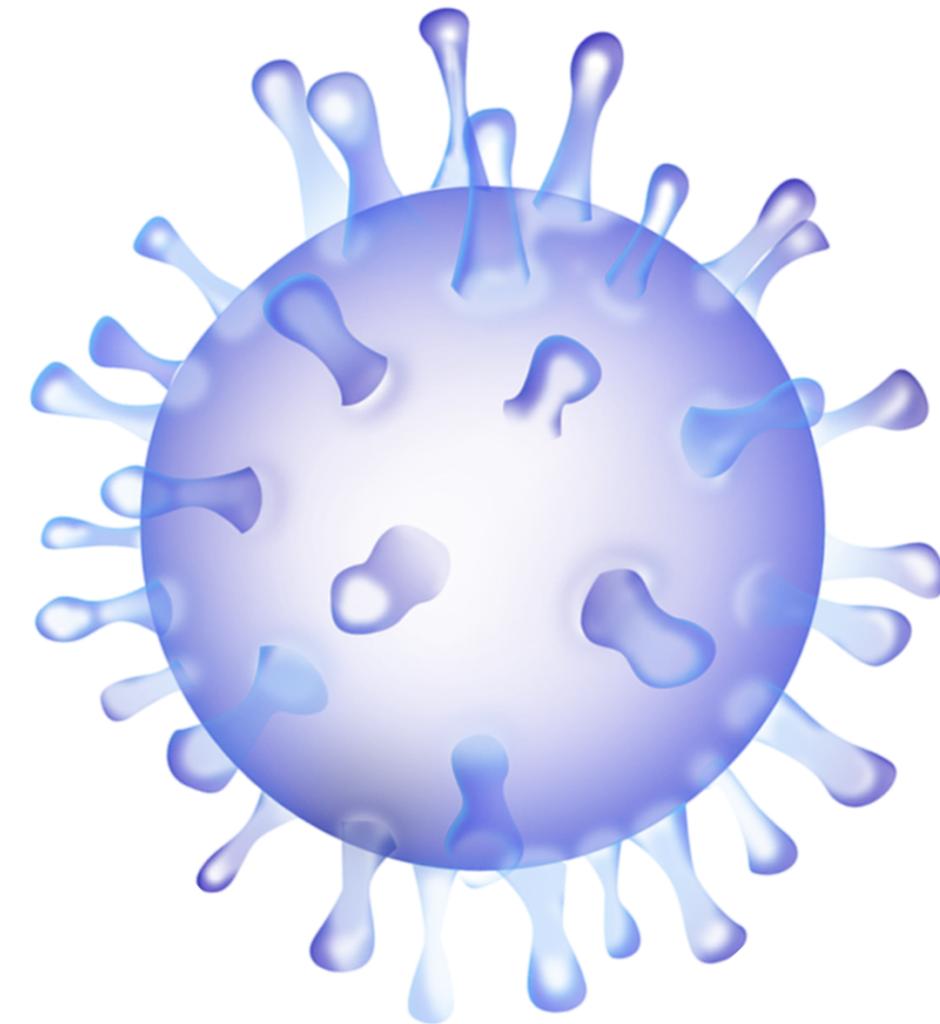
The background is a solid blue color. In the center, there is a large, stylized virus particle with a spherical body and numerous protruding spikes. Surrounding this central virus are several smaller, more detailed microscopic organisms, including some with flagella and others with more complex, multi-lobed structures. The overall aesthetic is clean and scientific.

***LE NOSTRE
PROPOSTE
CREATIVE***

Dalla teoria alla pratica



ATTIVAZIONI ONLINE



Video Tik Tok

Obiettivo

Sensibilizzare e invogliare alla vaccinazione HPV in modo empatico e personale.

Formato

Video su TikTok, diversi format. Esempi

1. Get Ready With Me (GRWM)
2. Interviste per strada (collab con @baffomaragas)
3. Video domande

Contenuto - GRWM

- Un **influencer** o una persona giovane, non ancora vaccinata, condivide la sua routine di preparazione per andare a fare il vaccino HPV.
- Durante il video, l'influencer racconta le sue ansie e preoccupazioni iniziali riguardo alla vaccinazione, ma mostra come, nonostante le paure, **decide di vaccinarsi** per proteggere la propria salute e prevenire malattie future.
- Il messaggio chiave: affrontare le paure e fare la scelta giusta per la propria salute, incoraggiando il pubblico a seguire l'esempio.



Carousel Instagram



Obiettivo

Educare e informare il pubblico sul papillomavirus (HPV) sfatando miti e false credenze.

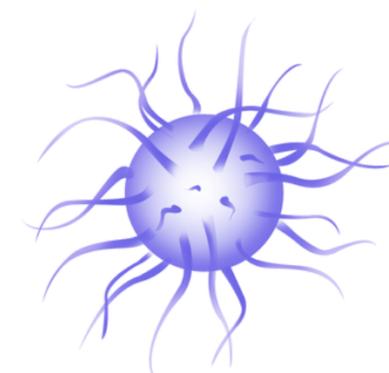
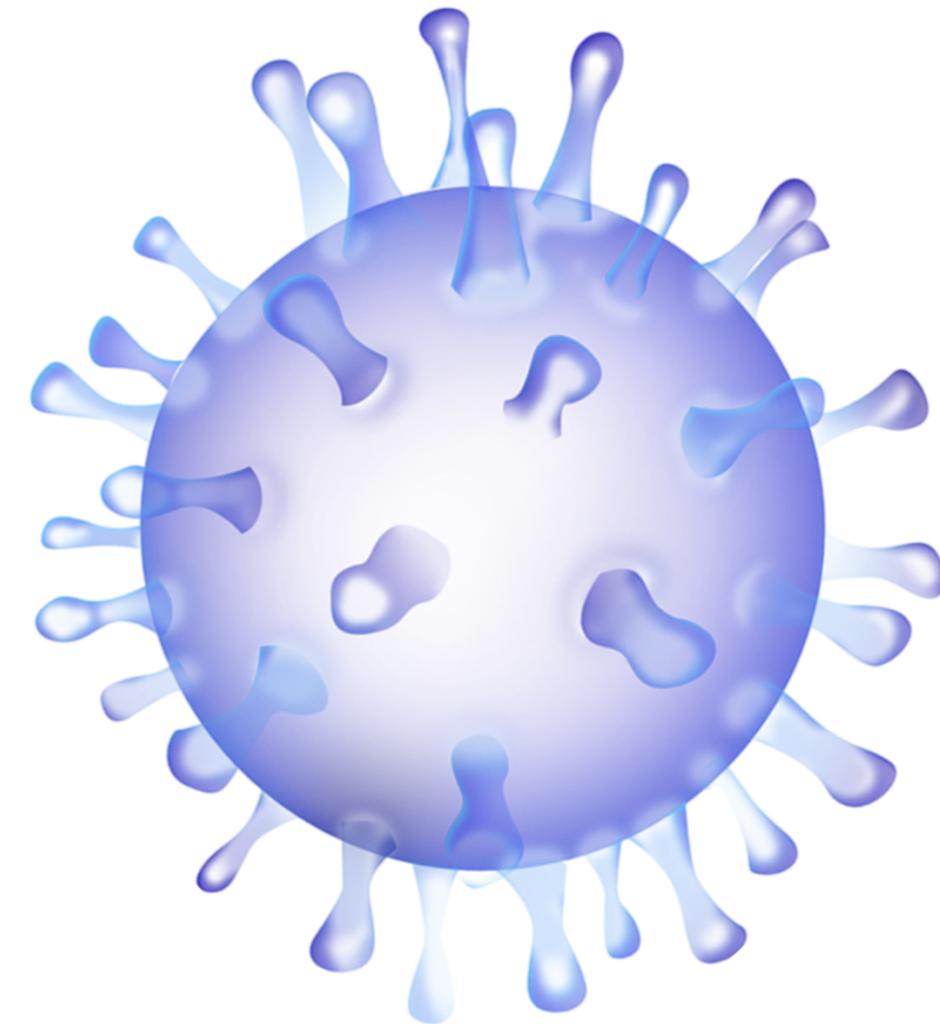
Formato

Carousel su Instagram, con 5 slide informative e interattive

Contenuto

- Diversi tipi di **post**, per esempio:
 - 1.5 Cose da sapere
 2. Vero o Falso?
 3. Falsi miti
- Un design visivo accattivante e colori vivaci per mantenere l'attenzione alta e **stimolare la condivisione del post.**

ATTIVAZIONI OFFLINE



QR Code Interattivi

Obiettivo

Rendere l'informazione **accessibile in modo rapido** e coinvolgente, sfruttando la tecnologia.

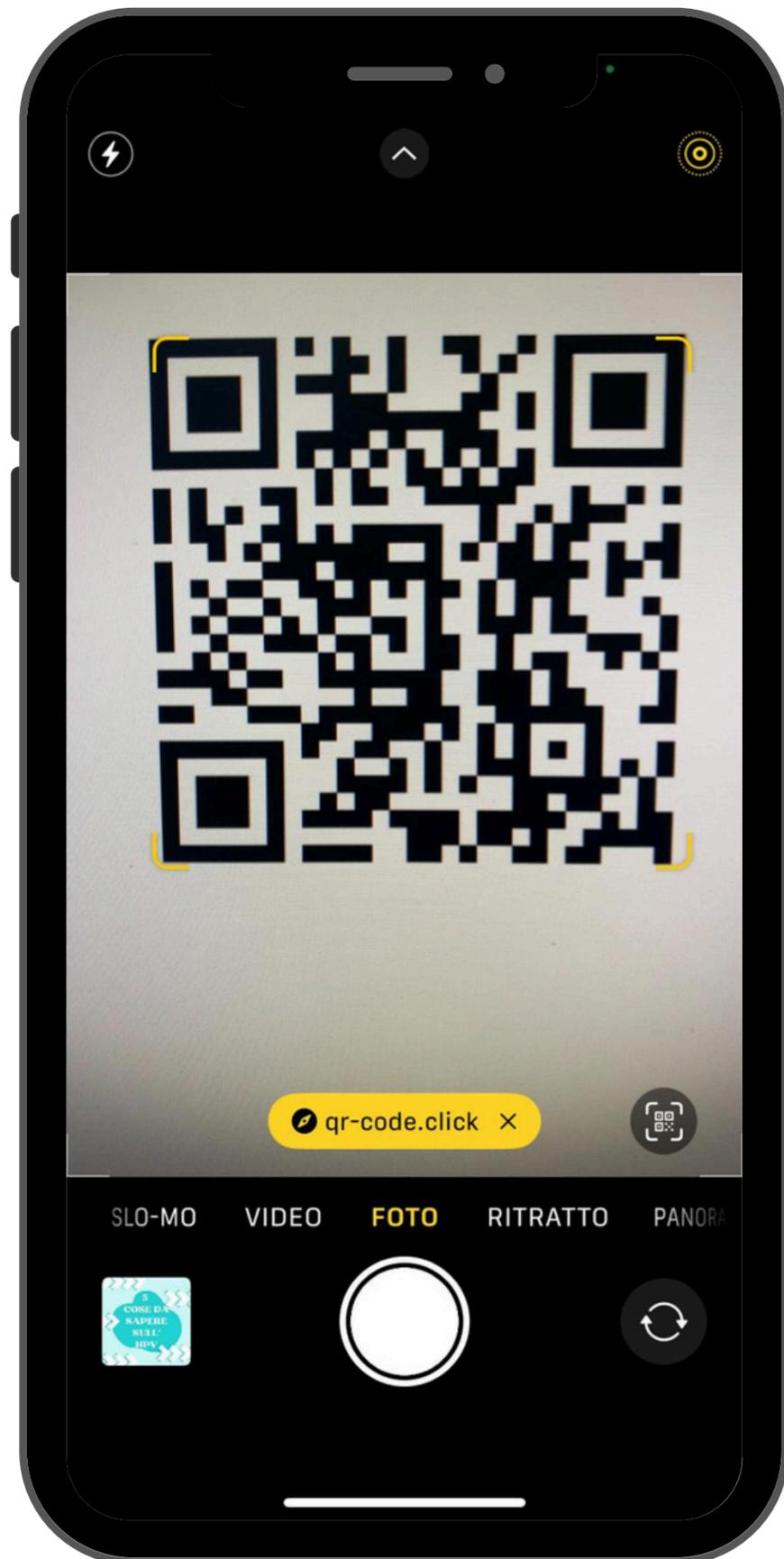
Formato

Volantini e brochure informative con **QR code** da posizionare in luoghi pubblici (ospedali, cliniche, università, fermate bus/treni)

Contenuto

- I volantini contengono un QR code che, una volta scansionato, apre una pagina web con una serie di video informativi e testimonianze.
- I video sono progettati per essere della durata giusta per il tempo di attesa in un luogo pubblico (ad esempio, 2-3 minuti), con contenuti che variano:

1. **Testimonianze** di persone
2. **Video informativi**





NON È SCONTATO

che ci siano **SEMPRE
NUOVE TERAPIE**



LA RICERCA SUI TUMORI HA BISOGNO DI TE
DIVENTA DONATORE REGOLARE





**Proteggi ciò che ami:
la salute di oggi
garantisce
il futuro di domani.**



 **Fondazione
VERONESI**

QR Code Interattivi

QR Code Interattivi



**← PROTEGGI
IL TUO FUTURO**

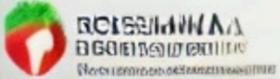
←

Anche una mela
al giorno non basta



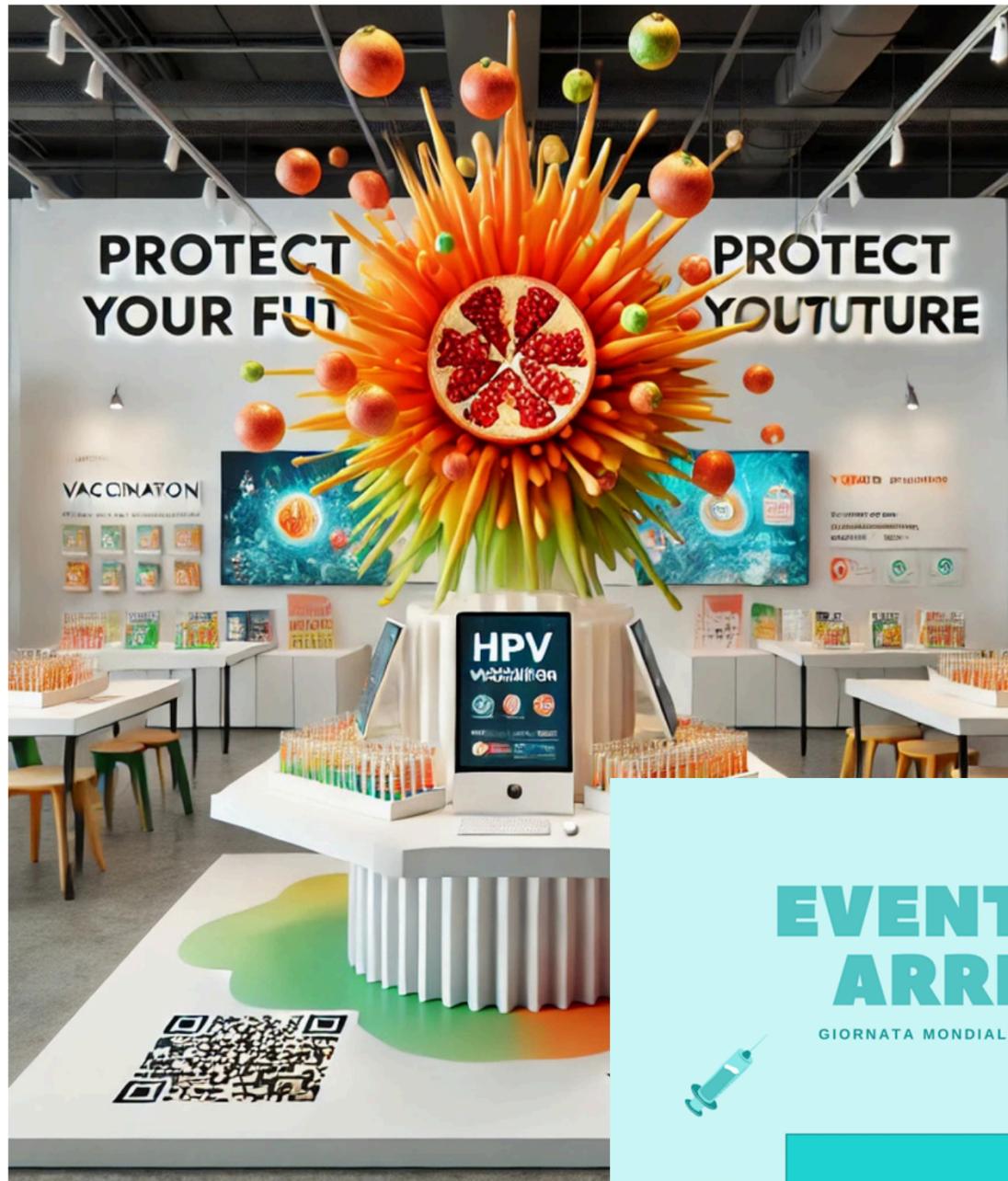
Fondazione
VERONESI

PROTEGGI IL TUO FUTURO



**QR Code
Interattivi**

Evento Pop-Up/Salotto



Obiettivo

Creare un **evento fisico** e interattivo che celebri la giornata mondiale contro l'HPV, favorendo l'incontro tra esperti, influencer e pubblico.

Formato

Evento in Lombardia, accessibile su prenotazione, gratuito

Contenuto

- Interventi di esperti
- Podcast Live
- Discussioni aperte
- Puntata su YouTube
- Gadget a fine evento, donazione libera

=> L'evento si concentrerà anche sullo **sradicare miti sull'HPV**, mostrando come l'educazione e l'informazione siano fondamentali per cambiare atteggiamenti e comportamenti.



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

