

CONCORSO FREE FROM PAIN

A.S. 2013/2014

BRIEF per le Scuole

Scenario

Il dolore cronico rappresenta uno dei principali problemi sanitari dei nostri giorni e figura fra i motivi più frequenti di consultazione medica. Secondi i dati del Ministero della Salute, il dolore cronico affligge il 21% della popolazione italiana, cioè oltre 12 milioni di persone, alterandone le capacità fisiche, emotive e lavorative – dall’assenza dal lavoro, all’incapacità a prendersi cura di sé, alle difficoltà a mantenere relazioni con parenti e amici, a disagi psico emotivi –.

Di contro, l’opinione pubblica non ha piena coscienza dell’entità della problematica in termini di costi socio-sanitari e di sofferenza individuale, sottovalutando di conseguenza spesso il problema.

Inoltre, nonostante in Italia la legge 38 del 2010 abbia identificato il “dolore come malattia”, da trattarsi con strumenti specifici e in strutture dedicate, nel nostro Paese il dolore viene ancora sottovalutato e trattato in maniera inadeguata.

NOPAIN Onlus da diversi anni è impegnata su questo tema e, sulla base dell’esperienza maturata, ha avvertito come necessaria la realizzazione di un progetto che coinvolga direttamente gli studenti delle scuole superiori della città di Milano con i seguenti obiettivi di comunicazione.

Obiettivi di comunicazione:

1. Accrescere la consapevolezza del pubblico su alcune patologie dolorose.
2. Affermare il diritto alla cura e la disponibilità di terapie che migliorano la qualità della vita.
3. Informare sull’esistenza di Centri di Terapia del Dolore.

Target

La popolazione italiana in generale, con particolare riferimento ai cittadini milanesi.

Caratteristiche del LOGO:

- essere originale e inedito, sviluppato espressamente per il concorso, esteticamente efficace, facilmente distinguibile e adattabile a diverse dimensioni, ingrandibile o riducibile, mantenendo sempre la sua efficacia su diverse dimensioni, superfici e usi, sia nella riproduzione a colori che in bianco e nero;
- non infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale;

Con il patrocinio di:

- essere adatto o adattabile a qualunque media utilizzato;
- essere riproducibile mantenendo la sua efficacia in qualsiasi dimensione, formato e tipologia di stampa;
- può contenere immagini grafiche ed eventuali marchi denominativi (parole);
- esprimere la liberazione dal dolore, l'aiuto contro il dolore, la cura contro il dolore;
- può esserci anche un'icona, stilizzata, che esprima visualmente il concetto.

Linguaggio e Tono di voce

Chiaro, essenziale, memorabile, positivo e rassicurante.

CLAIM

Messaggio:

Il messaggio dovrà esprimere in modo efficace e creativo il seguente concetto: aiutare le persone a sconfiggere il dolore che distrugge la qualità della loro vita.

Parole chiave:

Qualità di vita, rete, cura, informazione.

Caratteristiche dello STORYBOARD:

- essere composto da immagini che devono identificare, concretizzare e visualizzare tutti i passaggi dello spot, dipingendo un quadro netto e dettagliato dell'idea pubblicitaria;
- essere semplice, chiaro e non deve perdere di vista gli obiettivi di comunicazione;
- durata massima un minuto e mezzo.