



NEWS

Creatività & Marketing |

Campagne e Spot



RACCOMANDA

08/09/2009

Publicis firma la campagna dell'Associazione Amici del "Centro Dino Ferrari"

Publicis Italia, realtà di comunicazione con sede a Milano e a Roma, firma la nuova campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi tramite sms dell'Associazione Amici del "Centro Dino Ferrari", da anni impegnato nella ricerca clinica e scientifica nel campo delle malattie neuromuscolari e neurodegenerative, tra le quali si classifica anche la distrofia muscolare di Duchenne.

'Basta poco per cambiare tanto' recita l'headline della campagna, ideata e realizzata pro bono da Publicis e declinata offline (stampa e radio) e online (banner). La campagna stampa si è ispirata alla caratteristica principale della malattia, ovvero la perdita progressiva delle capacità motorie. Ed è così che Publicis reinterpreta il simbolo per eccellenza dell'handicap, un uomo sulla sedia a rotelle, trasformandolo in simbolo di speranza. La ruota diventa un gioco: la ricerca infatti può fare molto per allungare il tempo del gioco e allontanare il momento in cui i bambini avranno bisogno della sedia a rotelle. Sotto la direzione creativa esecutiva di Luca Scotto di Carlo e Vincenzo Gasbarro, hanno lavorato l'art director Salvatore Urso e la copywriter Sara Pollini.

Publicis ha ideato inoltre una campagna radio, realizzata da Screenplay, che gioca con un semplice ma efficace parallelismo tra il suono dell'SOS in codice Morse e il suono di un sms. E' stato infine sfruttato anche il mezzo internet, con una campagna banner ideata da Publicis Modem.

L'agenzia di comunicazione per il non profit Aragorn ha affiancato l'Associazione Amici del "Centro Dino Ferrari" nel percorso di assegnazione dell'sms solidale da parte delle compagnie telefoniche e ha coordinato la realizzazione della campagna, occupandosi anche della sua veicolazione a livello nazionale attraverso la ricerca di spazi gratuiti presso concessionarie e l'attività di ufficio stampa su diversi media.