

Campagne sociali FFC: atl, web e btl con la firma creativa di Tita

L'agenzia si è aggiudicata l'incarico dopo una gara. Il lancio della comunicazione anticipato da un'attività sviluppata su Facebook

La Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica, prima realtà italiana interamente dedicata agli studi per nuove cure della fibrosi cistica, ha scelto Tita per il lancio di una nuova campagna di comunicazione integrata. L'agenzia si è aggiudicata la gara per la comunicazione al termine di un pitch creativo. La Fondazione, attiva su tutto il territorio nazionale con una rete di oltre 10.000 volontari, opera su più fronti: dal finanziamento della ricerca scientifica alla formazione dei giovani ricercatori e vuole far conoscere il più possibile

questa malattia alla popolazione. La creatività della campagna nasce proprio dall'esigenza di parlare alle persone di questa malattia che ha un'elevata incidenza nel nostro Paese, e che quindi potrebbe colpire chiunque, anche i nostri cari. Ecco dunque la headline "Figli, Fratelli, Compagni di scuola" che, oltre a farci prendere consapevolezza della portata della malattia, è l'acronimo di FFC (Fondazione Fibrosi Cistica). Tutti i materiali di comunicazione mostrano i volti dei protagonisti e il claim "Se aiuti noi, aiuti loro. La fibrosi cistica bloc-

ca i polmoni. Dai respiro alla ricerca". Il lancio è stato anticipato da un'attività social che, a oggi, ha generato più di 3000 interazioni sulla pagina Facebook della Fondazione. Il progetto di comunicazione integrata si compone di una campagna istituzionale multisoggetto, che sarà declinata su atl, web e btl. Hanno lavorato Valentina Trucco (art director) e Lino Bellissimo (copywriter) con la direzione creativa di Giuseppe Mazza.

