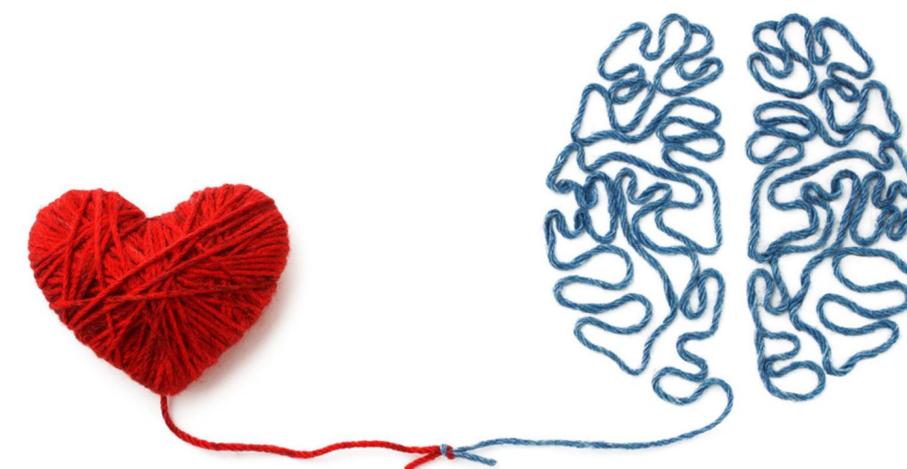


# Attenti a quei due... ai tempi del Covid

Progetto virtuale

**OVERVIEW**



A.L.I.Ce. Italia O.D.V.

# Overview

---

## Il progetto.

| OBIETTIVO   | TARGET  | COSA MANTENIAMO  | A COSA DOBBIAMO RINUNCIARE   | AZIONI CHE INSERIAMO  | AZIONI CONFERMATE  |
|---|---|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adeguare il progetto alle esigenze organizzative imposte dall'emergenza Covid</li> <li>• Mantenere comunque alta l'attenzione sulla fibrillazione atriale</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sempre riferito a:</li> <li>• Adulti</li> <li>• Giovani anziani</li> <li>• KOL locali</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• K-message</li> <li>• Il concept e il naming di <i>Attenti a quei due</i></li> <li>• Il coinvolgimento delle regioni già individuate nel progetto di partenza</li> <li>• Il coinvolgimento degli OL come previsto</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pay-off e Visual</li> <li>• Screening sul territorio</li> <li>• Press Lunch locali</li> <li>• Distribuzione materiale e gadget</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagna nazionale social: card doppia faccia di cardiologo e neurologo (cuore e cervello)</li> <li>• Campagna locale: intervista doppia nelle 3 Regioni</li> <li>• Videoconsulti locali</li> <li>• Landing page e questionario</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicato stampa di lancio</li> <li>• Ufficio stampa locale</li> <li>• Media partnership</li> <li>• Conferenza stampa di chiusura</li> <li>• Campagna social rafforzata dalla nuova creatività, a livello</li> </ul> |

## Le azioni.

## A.L.I.Ce.

- A.L.I.Ce. .Italia O.D.V., promotore della campagna, sarà il punto di riferimento nel dialogo con il territorio. I medici neurologi aderenti ad A.L.I.Ce. saranno protagonisti degli screening locali e delle doppie interviste geolocalizzate nelle Regioni di interesse. I volontari saranno inoltre i referenti per la messa a punto di testi scientificamente validi e aggiornati.

## WEB

- VIDEOCONSULTI LOCALI con gli OL, geolocalizzati nelle 3 Regioni coinvolte
- LANDING PAGE informativa e di awareness in linea con il concept e il progetto creativo Attenti a quei due
- QUESTIONARIO autovalutativo per raccolta dati utenti

## UFFICIO STAMPA

- UFFICIO STAMPA NAZIONALE: comunicato stampa di presentazione della campagna; conferenza stampa di chiusura con presentazione dati emersi dai questionari compilati online
- UFFICIO STAMPA LOCALE: comunicati stampa nelle 3 Regioni di interesse e media partnership con emittenti locali per la promozione di videointerviste agli OL locali

## SOCIAL

- CAMPAGNA NAZIONALE DI DISEASE AWARENESS: Cardiologo e neurologo ci mettono la faccia! Attenti a quei due diviene ancora più social e dà voce a neurologo e cardiologo su come comportarsi in questo periodo storico, sui fattori di rischio, su prevenzione e stili di vita...
- PIANO EDITORIALE SOCIAL informativo e di awareness da promuovere a livello nazionale e locale

## GLI SPONSOR

- BMS e Pfizer saranno presenti sui materiali di comunicazione online e di ufficio stampa. Dalle grafiche delle videointerviste allo spazio su landing page e comunicati stampa, sarà evidente il contributo non condizionante delle Aziende Pharma che hanno scelto di supportare le attività della Federazione.

# Grazie

## **GAS Communication**

Via Pietro Blaserna, 94 – 00146 Roma

Phone +39 06 68 13 42 60 – Fax +39 06 68134876

[www.gascommunication.com](http://www.gascommunication.com) | [info@gascommunication.com](mailto:info@gascommunication.com)

**GAS**<sup>communication</sup>  
*we make things happen*

