

The background of the slide is a vintage album page. It features several sepia-toned photographs: a child in a hat standing by a tent, a person in a field, a person with a dog, and a person in a hat. A compass rose is visible in the upper right, and a vintage camera is positioned on the right side of the album. The text 'Roche' is in a blue hexagon, 'PROGETTO' is in black, and the main title is in large black letters. The date 'Roma, 15 aprile 2016' is in the bottom left.

Roche

PROGETTO

IL VALORE DEL TEMPO IN EMATOLOGIA

Roma, 15 aprile 2016

- Nel 2014-2015 è stata realizzata la **campagna di informazione e di sensibilizzazione** nazionale «Ritorniamo al Futuro: più tempo contro il linfoma» - promossa dall'**Associazione Nazionale Banche del Tempo** con il supporto di **Roche** - sul linfoma non-hodgkin e sull'**importanza del tempo**
- Il target principale è stata l'**opinione pubblica**, ma anche i pazienti e i caregiver

l'attività 2014-2015

✓ Totale delle pubblicazioni sui media	149
✓ Totale lettori raggiunti	448.982.741
✓ Totale dei presenti agli eventi	125
✓ Foto pubblicate su Instagram con l'hashtag #ritorniamoalfuturo	819
✓ Totale dei «like» alle foto con l'hashtag #ritorniamoalfuturo	40.564
✓ Totale dei commenti alle foto con l'hashtag #ritorniamoalfuturo	4.462



+ 90% output media cita la Banca del Tempo



coinvolgimento nelle 4 tappe come relatori e nei materiali stampa (Marialuisa Petrucci a Milano; Grazia Pratella a Genova; Leonina Grossi a Bologna; Serafina Gelao a Bari)

alcuni risultati

DELL'ATTIVITÀ 2014-2015

- Nel 2016 vorremmo realizzare un **progetto nazionale, con attivazione locale, sul valore del tempo** per i pazienti affetti da linfoma non-hodgkin
- Il target principale vogliono essere i **Centri ematologici**: pazienti, caregiver, clinici, personale sanitario e tutti coloro che ruotano attorno ai Centri

il prosieguo...



*Non Bruciare il Tempo,
Mettilo a Fuoco*

uno scatto contro il linfoma

il concept del progetto



NON BRUCIARE IL TEMPO, METTILO A FUOCO.
Uno scatto contro il linfoma

- ❖ È un invito a dare valore al proprio tempo, a non «sprecarlo» e ad utilizzarlo al meglio
- ❖ È una call to action
- ❖ È emozionale
- ❖ Richiama il tema fotografico (focus dell'attività)

che cosa vuol dire...

Un concorso che mette in «gara» i Centri di ematologia italiani che vorranno partecipare al progetto

Il concorso in breve

- I centri di ematologia inviteranno tutti i loro pazienti (e relativi care giver) e tutto il personale sanitario a partecipare scrivendo una frase oppure scattando una fotografia sul tema del valore del tempo:
«Raccontaci, in parole o immagini, cosa faresti se avessi 3 ore 'inaspettate' a tua disposizione».
- Fra tutte le frasi e le foto amatoriali che arriveranno, verranno selezionate da un'apposita giuria
 - ✓ **le 10 frasi più belle che verranno interpretate e trasformate in foto da fotografi professionisti**
 - ✓ **le 5 foto** amatoriali più belle (5 per ciascun centro partecipante)
- Sia le foto scattate dai fotografi professionisti sia le foto amatoriali selezionate saranno esposte nei Centri come «premio» per la partecipazione dei Centri stessi

il concorso

- ❖ Le 10 frasi più belle saranno trasformate in foto realizzate da fotografi professionisti e il «premio» sarà la loro esposizione nei corridoi dei 10 centri vincitori
- ❖ La giuria sceglierà anche le 5 migliori fotografie amatoriali che diventeranno dei poster esposti in tutti gli altri Centri partecipanti all'iniziativa
- ❖ Il premio per i pazienti e per i Centri sarà vedere la propria foto esposta

il premio



La Premiazione

GIURIA

Ro molum utetur? Ut que periat
volo omnia et omniestrum imaxima
ximendam imintet

PREMI

Ro molum utetur? Ut que periat
volo omnia et omniestrum imaxima
ximendam imintet

Info e contatti

NAT ALICIAS ET, ET QUI CON
CUS AUTEM AUT MOLORE
OPTIS QUE VOLIORI

NEMPORPOS EATECEA
TEMPEDIT UT QUID



Non
Bruciare
il Tempo,
Mettilo a Fuoco
uno scatto contro il linfoma

Il Tempo all'improvviso

RACCONTACI COSA FARESTI
SE SCOPRISSI DI AVERE DEL
tempo inaspettato

Un esempio di materiali a
supporto



In questa casa...
 siamo sinceri
 facciamo **CITOFI**
 diciamo *mi dispiace*
 diamo **seconde possibilità**
 ci divertiamo
 ci abbracciamo
perdoniamo
 facciamo molto *rumore*
 siamo pazienti
 ci amiamo

*Sogna la tua vita a colori.
 È il segreto della felicità*
 Walt Disney



*Sogna la tua vita a colori.
 È il segreto della felicità*
 Walt Disney

In questa casa...
 siamo sinceri
 facciamo **CITOFI**
 diciamo *mi dispiace*
 diamo **seconde possibilità**
 ci divertiamo
 ci abbracciamo
perdoniamo
 facciamo molto *rumore*
 siamo pazienti
 ci amiamo

*Sogna la tua vita a colori.
 È il segreto della felicità*
 Walt Disney



*Sogna la tua vita a colori.
 È il segreto della felicità*
 Walt Disney

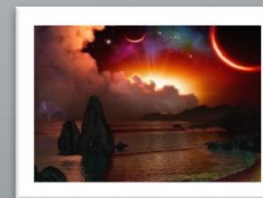
In questa casa...
 siamo sinceri
 facciamo **CITOFI**
 diciamo *mi dispiace*
 diamo **seconde possibilità**
 ci divertiamo
 ci abbracciamo
perdoniamo
 facciamo molto *rumore*
 siamo pazienti
 ci amiamo

**L'unica
 cosa
 impossibile
 e' quella che
 non provi
 a fare!**



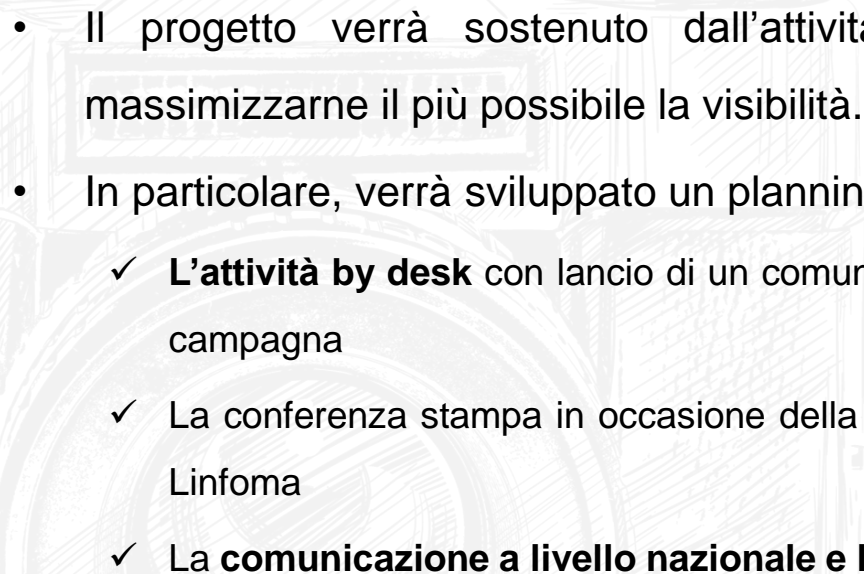
In questa casa...
 siamo sinceri
 facciamo **CITOFI**
 diciamo *mi dispiace*
 diamo **seconde possibilità**
 ci divertiamo
 ci abbracciamo
perdoniamo
 facciamo molto *rumore*
 siamo pazienti
 ci amiamo

**L'unica
 cosa
 impossibile
 e' quella che
 non provi
 a fare!**

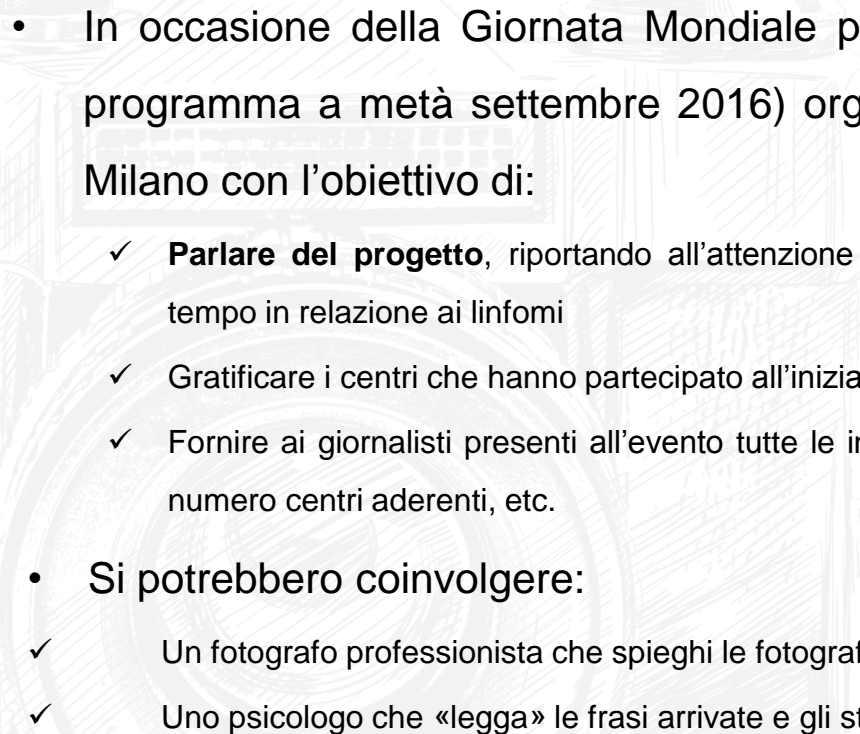


i materiali a supporto

UN ESEMPIO DI WALL

- 
- Il progetto verrà sostenuto dall'attività di ufficio stampa in modo da massimizzarne il più possibile la visibilità.
 - In particolare, verrà sviluppato un planning di ufficio stampa che includerà:
 - ✓ **L'attività by desk** con lancio di un comunicato stampa in occasione dell'inizio della campagna
 - ✓ La conferenza stampa in occasione della Giornata Mondiale per la conoscenza del Linfoma
 - ✓ La **comunicazione a livello nazionale e locale dei «vincitori»**

l'attività di ufficio stampa

- 
- In occasione della Giornata Mondiale per la conoscenza del Linfoma (in programma a metà settembre 2016) organizzeremo un incontro stampa a Milano con l'obiettivo di:
 - ✓ **Parlare del progetto**, riportando all'attenzione dell'opinione pubblica il tema del valore del tempo in relazione ai linfomi
 - ✓ Gratificare i centri che hanno partecipato all'iniziativa
 - ✓ Fornire ai giornalisti presenti all'evento tutte le informazioni sul progetto: numero partecipanti, numero centri aderenti, etc.
 - Si potrebbero coinvolgere:
 - ✓ Un fotografo professionista che spieghi le fotografie
 - ✓ Uno psicologo che «legga» le frasi arrivate e gli stati d'animo che vi sono legati

la conferenza stampa



Fase preparatoria

- **Maggio-Agosto**: Avvio del contest con raccolta di foto e frasi
- **Settembre**: Conferenza stampa
- **Novembre-Dicembre**: scelta dei vincitori e consegna dei premi/esposizione foto

il timing



- Supporto istituzionale, ente promotore della campagna/concorso
- Continuità con la campagna «Ritorniamo al Futuro»
- Coerenza con il tema del valore del tempo



Visibilità negli output media



Tra i relatori della conferenza stampa



Presenza su tutti i materiali di comunicazione e nei materiali stampa



Presenza nella giuria del concorso

l'endorser ideale



ISTITUTO ITALIANO DI FOTOGRAFIA

- Supporto tecnico e creativo
- Collaborazione con fotografi professionisti
- Autorevolezza

il partner