



STORIE DI PROGETTI E SOGNI
CHE NON SI FERMANO
CON LA SCLEROSI MULTIPLA

PROGETTO DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE SULLA SCLEROSI MULTIPLA LA CAMPAGNA "IO NON SCLERO"

Promossa da O.N.Da (Osservatorio Nazionale sulla salute della Donna)
Con il contributo incondizionato di Biogen Idec

IL PUNTO DI PARTENZA.

Il futuro è una parola chiave ricorrente nelle testimonianze, nelle riflessioni, nei commenti delle persone che vivono con la sclerosi multipla. In molti casi **la SM viene diagnosticata in un'età (tra i 25 e i 40 anni) in cui il futuro sta per prendere forma, quando si concretizzano progetti lavorativi e personali. La diagnosi della malattia arriva a sgretolare ogni certezza** e i piani per il futuro che normalmente sarebbero affrontati con serenità ed energia iniziano a velarsi di incertezza e imprevedibilità. Eppure, **nei pazienti rimane la voglia di lottare, di raccontare e di provare a realizzare i propri progetti, quelli che contano, che non si fermano con la SM.**

L'OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA

Vogliamo raccontare la SM attraverso le storie e i progetti concreti delle persone che la affrontano ogni giorno, con una **campagna di informazione e di emozione** che coinvolgerà i pazienti, le loro famiglie, i centri italiani di riferimento, i media italiani ed in generale le persone comuni.

IL CONCEPT CREATIVO E IL RAZIONALE DI "IO NON SCLERO"

"Sclerare" è una parola ormai entrata nel linguaggio collettivo di giovani e non ed è inclusa ufficialmente anche nel vocabolario. "Sclerare" significa perdere il controllo, farsi travolgere dalla realtà e allontanarsi da ciò che conta. **È un termine usato anche dagli stessi pazienti con SM**, che nei blog, nei forum e sui social media amano chiamarsi tra loro "sclerati". **"IO NON SCLERO" significa dire no alla SM**, riappropriarsi del proprio futuro e realizzare i propri progetti. "IO NON SCLERO" è una **dichiarazione di coraggio e di positività**. Ad accompagnare "IO NON SCLERO" c'è il claim: **"storie di progetti e sogni che non si fermano con la sclerosi multipla."**

CANALI E CONTENUTI DELLA CAMPAGNA IN SINTESI (da settembre 2014 a marzo 2015)

- a) **WEB-SERIE IN 6 EPISODI**, distribuita in esclusiva editoriale da Yahoo (esclusiva in via di definizione)
- b) **SITO WEB** informativo sulla sclerosi multipla e **PAGINA FACEBOOK**
- c) **CONCORSO**, ospitato sul sito web, rivolto a tutti coloro che affrontano ogni giorno la SM e continuano a coltivare progetti e sogni
- d) Week-end nei **CINEMA**

- e) Il **TOUR “LOCALE”** in piazza/nei centri SM
- f) L'ufficio stampa e la **CONFERENZA STAMPA** nazionale

LA WEB SERIE

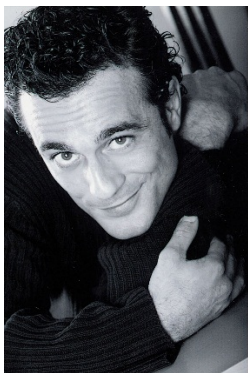
Con uno stile fresco ed adatto alla fruizione online, la web-serie racconterà in 6 episodi la storia di **Sara Mancini**, ragazza di 30 anni a cui è stata diagnosticata da tempo la SM, che sarà interpretata dall'attrice Gloria Anselmi. La storia di Sara sarà accompagnata da un oggetto simbolico, una **Moleskine** piena di progetti da realizzare.

Ogni episodio affronterà alcuni degli aspetti fondamentali della vita di Sara, come il primo appuntamento con Claudio, il ragazzo che diventerà suo marito, interpretato da Daniele Ornatelli, la ricerca della loro prima casa insieme, un nuovo progetto lavorativo, fino al giorno del matrimonio.

Accanto a Sara, il pubblico conoscerà anche un **personaggio maschile**, Fabio, un ragazzo che ha da poco ricevuto la diagnosi di SM, il cui ruolo è stato affidato a Simone Riccioni. La web-serie sarà realizzata dalla casa di produzione **Brandon Box**. La web-serie avrà inoltre **una strategia distributiva online attraverso l'esclusiva editoriale con Yahoo**, che attiverà tutti i suoi canali per **garantire** alla web-serie **il massimo re-bound**.



Gloria Anselmi – Sara Mancini



Daniele Ornatelli – Claudio



Simone Riccioni - Fabio

IL CONCORSO

Il sito www.iononsclero.it sarà il **punto di approdo di tutti i contenuti e i canali della campagna**. All'interno non potranno mancare contenuti informativi dedicati alla SM, alla campagna, alla web-serie e il concorso: un progetto speciale che chiamerà a raccolta le persone che vivono con la SM, per portare alla luce i loro progetti.

Il **concorso è un'iniziativa di call-to-action** che apre le porte al secondo step della campagna, dopo la web-serie. Una piattaforma ospitata sul sito e collegata a Facebook Connect inviterà gli utenti a registrarsi, **candidare un progetto a cui tengono particolarmente e vorrebbero realizzare oltre la SM** e votare i progetti candidati dagli altri utenti.

I 3/5 progetti più votati saranno valutati da un comitato di esperti e il progetto vincitore sarà sostenuto con un intervento concreto (es: un consulente /una fornitura di... un supporto concreto in linea con la realizzazione del progetto) del valore di €10.000. Il progetto vincitore sarà seguito e raccontato con un reportage fotografico e video.

IL WEEK-END NEI CINEMA

In una **selezione di sale italiane in un weekend** sarà proiettato, al termine del trailer e prima della proiezione, **un episodio della web-serie in formato trailer ridotto**. All'uscita della sala il pubblico riceverà una postcard dedicata alla campagna con "LE CINQUE COSE DA SAPERE SULLA SM". L'ipotesi di timing è ottobre 2014.

II TOUR LOCALE

La campagna farà tappa a novembre 2014 in 3 città italiane (in Lombardia, Sardegna e Piemonte) e sarà presentata attraverso materiali informativi in una selezione di centri SM, per coinvolgere direttamente i pazienti e i loro familiari attraverso la proiezione della web-serie e la possibilità di partecipare al concorso.

L'UFFICIO STAMPA E LA CONFERENZA STAMPA NAZIONALE.

La campagna sarà lanciata a settembre 2014 attraverso un **comunicato stampa multimediale di lancio della campagna e di presentazione della web-serie e del concorso**. In occasione della messa online di ciascun episodio, diffonderemo delle **note stampa**, per tenere viva l'attenzione dei media. Divulgheremo **comunicati stampa locali**, ad esempio con dati epidemiologici locali della SM, in occasione del tour locale.

A **chiusura della campagna, avremo un incontro stampa nazionale a Milano**, "L'emozione di un futuro possibile", dove saranno annunciati i risultati della campagna e il progetto vincitore del casting, con la presenza del cast della web-serie, disponibile per interviste.