

«Bella scusa»: la co-costruzione di una campagna sul GAP

Lisa Impagliazzo e Francesca Casnati

*Responsabile SS Fattori di rischio comportamentali -
ATS Insubria*

*Research fellow, Dipartimento di Design Politecnico di
Milano*



«BELLA SCUSA»: LA CO-COSTRUZIONE DI UNA CAMPAGNA SUL GAP

Ricerca preliminare – studio 100+ campagne (Politecnico di Milano), – analisi risultati focus group (Spazio Giovani), – traduzione in 10 «brief» di progetto (Politecnico di Milano), – ricerca etnografica (studenti, una settimana).

Workshop con studenti di Design della comunicazione – target: giocatori e familiari, – da brief a proposte di campagne (una settimana, 10 gruppi), – **presentazione finale dei 10 lavori**.

[5] Ricerca valutativa condotta con pazienti affetti da GAP
→ Far valutare ai giocatori le 10 idee proposte dal Politecnico di Milano. → Individuare 2 campagne da sviluppare, una per il target giocatori, una per il target familiari.

[6] Chiusura esecutiva dei materiali e media planning per la diffusione. → Finalizzare i testi e i loghi delle campagne selezionate “Bella scusa” e “Si nasconde ma”. → Definire una strategia di media planning. → Declinare la campagna e articolare il sistema di artefatti.

