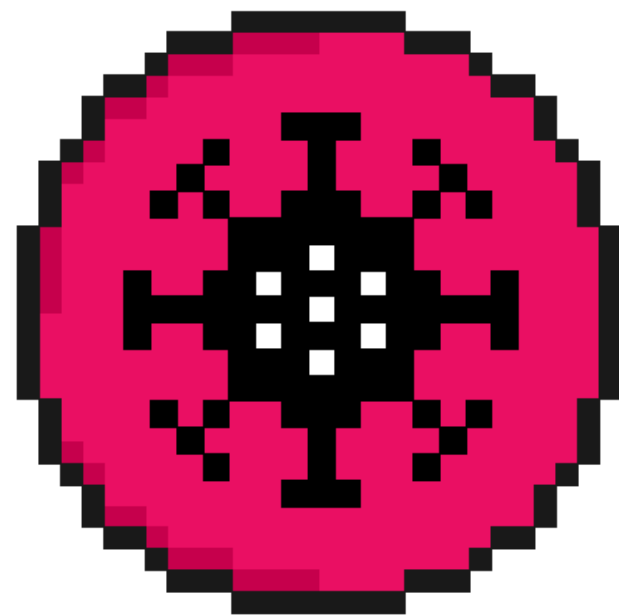


# DI COSA PARLIAMO

La campagna COVID-19 realizzata dall'Università degli Studi di Cagliari verterà principalmente sulla narrazione dei seguenti tematismi:

- come funziona il COVID-19 e perché è patogeno
- come si trasmette
- come si diffonde
- che danni provoca all'organismo e quali esiti lascia
- terapie utili attuali e future
- vaccino



# CON CHI NE PARLIAMO

Il target di riferimento è principalmente quello legato agli studenti/studentesse universitari compresi nella fascia di età che va dai 18 ai 30 anni.

In termini di concept, scelta dei colori, font utilizzati, sviluppo dell'idea, abbiamo ragionato esattamente seguendo le scelte dei segmenti di target indicati.

Il gioco, epicentro del progetto di campagna – gioco inteso come game – si configura dunque come un focus nodale nel trend dei 18-30. Un asset multi-target e multi-genere.

Il gaming infatti sta sempre più annullando le differenze di età e di genere, e la pratica ludica è sempre meno una esperienza immersiva e solitaria e sempre più sociale e ubiqua.

Gli stessi grandi brand dell'intrattenimento visivo - Netflix e Amazon Prime su tutti - hanno orientato la scrittura delle loro più note serie tv su ambientazioni e linguaggi propri di quel mondo e di quei codici.

Da ciò ne deriva un progetto che parla e si muove esattamente secondo le modalità di espressione del target a cui è rivolto, eliminando in questo senso i tempi di raggiungibilità del messaggio e le possibili dispersioni.





# L'IDEA

Se è vero che il COVID-19 è una minaccia collettiva – significativa in quest'ottica l'accezione del proteggerci in termini sociali, collettivi, solidali – è altrettanto vero che il virus non può essere raccontato ancora seguendo il tradizionale meccanismo cognitivo della paura. Ecco perché scegliere un altro tono e un'altra strada narrativa.

Quale?

Semplice. Il COVID-19, è sì una minaccia, un pericolo dietro l'angolo, ma lo è dentro la cornice e l'atmosfera di un game. E c'è un solo modo per sconfiggerlo: stare uniti e operare insieme. Fare, tutti, le mosse giuste, che diventano quindi un'opportunità per vivere meglio, una risorsa, non un fattore limitativo, ma al contrario un modo per liberarci dal virus e salire (esattamente come nel lessico gaming) di livelli.





<https://failemossegiuste.unica.it/>

## CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE COVID 19 – TIMELINE

	19- ott	20- ott	21- ott	22- ott	23- ott	24- ott	25- ott	26- ott	27- ott	28- ott	29- ott	30- ott	31- ott	01- nov	02- nov	03- nov	04- nov	05- nov	06- nov	07- nov	08- nov	09- nov	10- nov	11- nov
fruibilità sito "failemossegiuste"	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Presentazione campagna CRUI		■																						
Presentazione campagna SA									■															
Presentazione campagna CdA										■														
Presentazione campagna Presidenti								■																
Presentazione campagna rappresentanti studenti									■		■													
invio materiali cartacei Facoltà															■	■	■							
invio video Facoltà								■							■	■								
presentazione video in apertura lezioni									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
invio mail studenti e utenti											■		■											
divulgazione materiali social e sito											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Presentazione Campagna istituzioni	■	■	■	■	■	■																		
comunicato stampa																		■						