



**IL VOLONTARIATO È UN BRAND FORTE
CON ALTA NOTORIETÀ
ED UN VISSUTO POSITIVO**

Il 74% dei toscani considera il volontariato fondamentale per il benessere della comunità*. In Toscana ci sono oltre 200.000* persone che hanno manifestato interesse a diventare volontari. È questo il target della campagna.

L'OBIETTIVO DI COMUNICAZIONE

Sollecitare le persone ad unirsi alla comunità dei volontari. La campagna è una chiamata all'azione, concepita per stimolare emozione e motivazione.

fonte: Rapporto su opinione pubblica e volontariato in Toscana, a cura di Sociometrica, indagine demoscopica Cesvot, 2020

Campagna promossa da

CESVOT

Tutta l'energia del volontariato

www.diventavolontario.it



**PASSA ALL'AZIONE,
DIVENTA VOLONTARIO**

Con il volontariato fai qualcosa di grande per te e per gli altri.

**Il concept creativo
La dinamica della campagna
La programmazione media**

IL CONCEPT CREATIVO
Passa all'azione. Da spettatore a protagonista.



GLI ELEMENTI PRINCIPALI DELLA COMUNICAZIONE



Il visual rafforza il messaggio della head con un focus sull'elemento creativo del soggetto che entra in scena e che è a sua volta di forte attenzionalità. Evidente, in secondo piano, una rappresentazione del volontariato che attiva la parte emozionale e aiuta a contestualizzare.

La head stimola, esorta a fare qualcosa, invita a prendere parte alla scena, a diventare protagonista. Basta pensare, è l'occasione di agire.

PASSA ALL'AZIONE, DIVENTA VOLONTARIO

Con il volontariato fai qualcosa di grande per te e per gli altri.

Scopri come su:
www.diventavolontario.it
#diventavolontario

La sub head ripropone la promessa: il volontariato fa bene a chi lo riceve ma anche a chi lo fa (reciprocità del volontariato).

La chiusura è un'ulteriore call to action che invita a scoprire le opportunità di volontariato attraverso un percorso di accesso diretto.

LA PROGRAMMAZIONE

12.10.2020 12.01.2021



LA LANDING PAGE

AL CENTRO DELLA CAMPAGNA

La dinamica della campagna prevede che da tutti gli strumenti di comunicazione utilizzati (format outdoor, spot radio, post e video social) si "atterri" sulla landing page (diventavolontario.it), vera e propria porta di accesso al mondo del volontariato.

Dalla landing page infatti sarà possibile attivare il percorso di accompagnamento predisposto da Cesvot: un servizio personalizzato che indirizzerà il potenziale volontario verso le associazioni più vicine ai suoi interessi e predisposizioni.

Sulla landing page il candidato volontario potrà inoltre consultare la bacheca di annunci delle associazioni che ricercano volontari e approfondire i temi della campagna.

1.296 affissioni
84 comuni
75% di copertura della popolazione

SLIDER CON LE TRE CREATIVITÀ



CAMPAGNA



CALL TO ACTION



MOTORE DI RICERCA PER LE OPPORTUNITÀ DI VOLONTARIATO



SLIDER CON I TRE VIDEO CLIP SOCIAL



I NUMERI DEL VOLONTARIATO IN TOSCANA



CALL TO ACTION

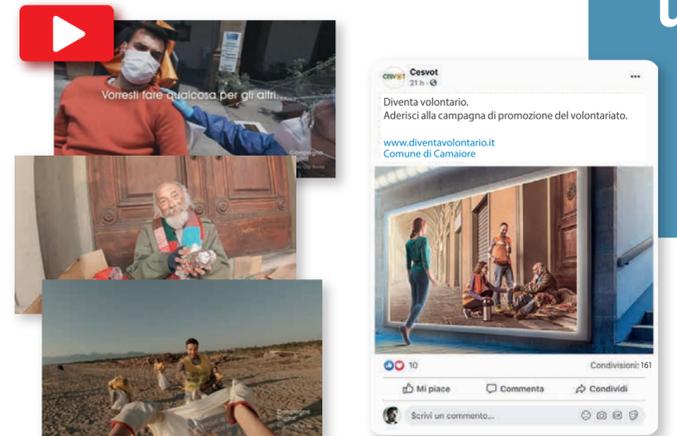


LINK AI SOCIAL



I POST SOCIAL E LE VIDEO CLIP

La campagna social ha l'obiettivo di rendere immediato l'atterraggio sulla landing. Saranno utilizzati immagini e video con un efficace taglio social.



940.000 utenti social (copertura)
4,5 milioni di impressions (previste)

2.526
PASSAGGI
RADIO
su 13 stazioni

Radio Bruno
Contatto Radio
Controradio

Radio Mitology
Radio Nostalgia
Novaradio

Radio Stop
Radio Subasio
Radio Toscana

Punto Radio
Radio Siena
Radio Firenze

Radio Lady

ON
AIR