

PER IL PROGETTO DI FONDAZIONE UMBERTO VERONESI

CIMICIURRI FA PARLARE I GIOVANI TIKTOKER SUI TUMORI GIOVANILI CON LA CAMPAGNA SOCIAL #FATTIVEDERE

Per essere efficaci con i giovani bisogna parlare con il loro linguaggio ed essere credibili anche secondo i loro metri di valutazione. È questa la filosofia che ha guidato **Cimiciurri**, l'agenzia di **Iaki Group** dedicata alle nuove generazioni, nell'ideazione della declinazione social e digital della campagna 2023 di #fattivedere, il progetto che dal 2015 **Fondazione Umberto Veronesi** in collaborazione con il **Gruppo di Lavoro Adolescenti AIEOP** (Associazione Italiana Ematologia Oncologia Pediatrica) dedica ai ragazzi tra i 14 e i 19 anni. La campagna punta a sensibilizzare i giovani Gen Z sul riconoscimento di possibili sintomi legati a patologie oncologiche. Un rischio quantitativamente basso, ma nei rari casi in cui esso si concretizza in una malattia, spesso viene inizialmente sottovalutato per atteggiamenti tipici dell'età, spesso in contrasto apparente fra di loro, passando dal "senso di immortalità", alla paura e alla vergogna che derivano dai cambiamenti inaspettati e strani del proprio corpo. Col risultato che non si affronta il possibile problema. «La Fondazione ha realizzato un vademecum con i 10 sintomi che, se presenti, devono spingere i giovani a farsi vedere, ma per essere convincenti dovevamo trovare il meccanismo per entrare nelle loro corde - racconta **Benedetta Arlati**, Direttore Clienti di **Iaki Group** -. Il messaggio e chi lo trasmette in questo caso diventano fondamentali per essere accettati e quindi efficaci.

Abbiamo lavorato con i rigorosi e autorevoli contenuti forniti da Fondazione fatti raccontare a giovani creator e ad ex pazienti con un tono informale e aporetico, come se parlassero ai propri amici». Nella campagna 6 giovani tiktokers affrontano il messaggio attraverso un format creativo nativo di TikTok, il POV, con il loro abituale tono di voce. I contenuti diventano quindi esempi concreti e credibili perché i ragazzi in essi si possono riconoscere. I messaggi invitano tutti a volersi bene, a non trascurarsi e a visitare il sito creato ad hoc da **Cimiciurri**, che permette di conoscere



senza paure e in modo discreto i sintomi principali che potrebbero essere associati a una patologia oncologica e dove, oltre ai tiktokers, ci sono le storie di ragazzi che hanno dovuto affrontare la malattia.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103