



QUI PRO QUO

**Salute della prostata:
stop agli equivoci, sì alla prevenzione**

Astellas

17 – 02 - 2020

INDICE

I Il progetto

II Razionale

III Le puntate

IV Innovatività

V Risultati

VI Media

La salute della prostata protagonista di un format innovativo

Una web sitcom per abbattere i tabù e promuovere la prevenzione del tumore maschile più diffuso

"QUI PRO QUO Salute della prostata: stop agli equivoci, sì alla prevenzione" è una campagna di sensibilizzazione nata per sensibilizzare gli uomini over 50, le donne compagne di vita e i giovani maschi sull'importanza di superare i pregiudizi e sottoporsi, in caso di fattori di rischio, a periodici controlli della prostata.

La campagna è promossa da Europa Uomo Italia Onlus e Fondazione ONDA - Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere, è stata realizzata da Pro Format Comunicazione con il patrocinio di Fondazione AIOM, SIU - Società Italiana di Urologia, SIUrO - Società Italiana di Urologia Oncologica, AIRO - Associazione Italiana Radioterapia e Oncologia clinica, AURO - Associazione Urologi Italiana, FFO - Fondazione per la Formazione Oncologica, e il contributo non condizionato di Astellas.

Attività:

- Conferenza stampa di lancio
- Canale YouTube
- Web sit-com di 5 puntate
- Condivisione sui social media
- Landing page informativa



QUI PRO QUO: la campagna

La prevenzione urologica inserita nella normalità della vita familiare

Consapevolezza e prevenzione, le armi per battere sul tempo il cancro della prostata, il tumore più diffuso tra i maschi adulti italiani con 37.000 nuove diagnosi nel 2019, che se diagnosticato in fase precoce può essere curato in maniera efficace.

Una sit-com in 5 puntate, ispirata al format di “Casa Vianello” che punta ad abbattere i tabù su questa patologia, inserendo il tema della salute della prostata nelle normali dinamiche della vita di coppia.

Francesco, interpretato da **Francesco Paolantoni**, ed Emanuela (**Emanuela Rossi**) sono una coppia di mezza età che vive gli alti e bassi di una relazione di lunga data. Il tema della prevenzione della salute maschile si inserisce nelle dinamiche di una coppia litigiosa, ma l'affetto che li unisce sarà la chiave per spingere lui a fare i passi giusti verso la prevenzione.

Il messaggio

Il messaggio che la campagna vuole trasmettere è che, se diagnosticato precocemente, oggi questo tumore può essere trattato in modo efficace, e per questo è fondamentale superare falsi miti e tabù che rallentano il riconoscimento dei fattori di rischio o i sintomi e impediscono di intervenire in modo tempestivo



Le puntate

La prevenzione urologica inserita nella normalità della vita familiare

Episodio 1 – Un passo alla volta



Francesco ha deciso di dare retta a sua moglie: comincerà ad andare in palestra. Durante la visita per il certificato, il medico di famiglia gli raccomanda di fare le analisi del sangue per il dosaggio del PSA (antigene prostatico specifico) consigliato per gli uomini dopo i 50 anni con casi in famiglia di tumore della prostata. Alla parola “tumore” Francesco trasale e, tornato a casa, inizia subito a darsi da fare per cercare informazioni. Ma le fonti a cui si affida non sono delle migliori...

Episodio 2 – Niente paura



Colpo di scena: Francesco, all’insaputa di Emanuela, annulla la visita dall’urologo prenotata dopo che dagli esami del sangue era risultato un valore un po’ alto del PSA. Di fronte alla richiesta di spiegazioni da parte di Emanuela, Francesco bofonchia alcune motivazioni improbabili per nascondere il vero problema: il tabù di occuparsi della propria salute urologica...

Episodio 3 – Il tagliando



Francesco continua ad ignorare quanto la prevenzione sia importante per la sua salute. Non solo rimanda più volte la visita dall’urologo, ma ordina cene a domicilio senza badare a grassi e zuccheri. Emanuela gli ricorda che avere uno stile di vita sano, mangiare bene, non bere alcol, fare attività fisica e non fumare sono fondamentali per la prevenzione, soprattutto a una certa età. Francesco recalcitra ancora, imbarazzato per la visita che deve affrontare, finché la moglie non trova l’argomento giusto per convincerlo...

Le puntate

La prevenzione urologica inserita nella normalità della vita familiare

Episodio 4 – Rocky vs Ivan Drago



Dopo l'impegno di Emanuela a vincere le sue ultime resistenze, Francesco trova finalmente il coraggio per affrontare la visita urologica. Anche di fronte allo specialista, Francesco vorrebbe però sottrarsi al controllo temendo di "sentirsi meno uomo" per la visita e l'impatto del possibile tumore. Il medico gli ricorda che il tumore della prostata può essere curato, e si può cercare di preservare la virilità. E per convincerlo del tutto, gli suggerisce un esempio: Rocky contro Ivan Drago.

Episodio 5 – Come Sandra e Raimondo



La visita dall'urologo è andata bene. Il PSA di Francesco è alto, ma dagli accertamenti è emerso che non si tratta di tumore. L'importante adesso è fare i controlli ogni anno. Ma la ritrovata serenità rischia di essere guastata da Francesco che nega le proprie paure e non vuole riconoscere a Emanuela il merito di averlo spinto a controllarsi. Di fronte alle proteste della moglie, Francesco mette in atto un altro, fondamentale consiglio del medico...

Una nuova narrazione

- ✓ Web sit-com: un format originale per coinvolgere il grande pubblico sul web
- ✓ Linguaggio: tema trattato in chiave ironica, ma non banale
- ✓ Attori: Francesco Paolantoni ed Emanuela Rossi, noti al grande pubblico per i loro ruoli televisivi
- ✓ Il ruolo della donna: Moglie, mamma, lavoratrice e...medico di famiglia. Tra i vari ruoli che assume la donna c'è anche quello di prendersi cura della salute di chi le sta vicino: 9 donne su 10 assistono ogni giorno un familiare ammalato. Nella web sit-com la donna diventa protagonista insieme al marito.

Il ruolo chiave del web

I 5 episodi della web sitcom sono stati caricati con cadenza settimanale su YouTube e sulla landing page di campagna www.prostataquiproquo.it e sono stati condivisi sui profili social dei promotori.

La landing page divulga inoltre contenuti informativi inerenti la prevenzione, i corretti stili di vita, la diagnosi e le terapie del tumore della prostata, con link ai siti delle Società scientifiche e Associazioni pazienti di riferimento per gli approfondimenti.

La landing page e le puntate sono state promosse attraverso annunci Google Ads

INNOVATIVITÀ

The screenshot shows a website interface for the series 'Qui Pro Quo'. At the top, there are logos for 'Istituto della prostata', 'FISIP', 'ONCOLOGIA', 'SIU', and 'astellas'. Below the logos is a navigation bar with a 'Menu' icon. The main content area features a large video player showing an elderly couple in bed, with a red overlay that says 'GUARDA TUTTI GLI EPISODI'. Below the video player is a 'WEB SITE COME' button. To the left of the video player are five episode thumbnails: 'Episodio 1: Un pasto alla volta', 'Episodio 2: Niente paura', 'Episodio 3: Il tagliando', 'Episodio 4: Rocky vs Ivan Drago', and 'Episodio 5: Come Sandra e Raimondo'. To the right of the thumbnails is a red button that says 'GUARDA TUTTI GLI EPISODI'. At the bottom left, there is a red circular graphic with the text 'IL TUMORE DELLA PROSTATI SINTOMI E DIAGNOSI' and a close-up image of an elderly man's face.

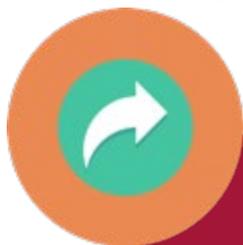
This is a screenshot of a YouTube video player. The video shows an elderly couple sitting up in bed, talking. The video player interface includes a play button, a progress bar at 0:30 / 3:29, and icons for volume, settings, and full screen. Below the video player, the title 'Qui Pro Quo - #5 Come Sandra e Raimondo' is displayed, along with the view count '32.830 visualizzazioni' and the date '12 dic 2019'. There are also icons for likes (24), dislikes (2), and a share button labeled 'CONDIVIDI', as well as a save button labeled 'SALVA'.

The banner features a close-up of an elderly man and woman smiling together. On the right side, there is a red circular graphic with the text 'LA CAMPAGNA' in white, and below it, a white rectangular box with the text 'QUI PRO QUO' in red.

RISULTATI

RASSEGNA STAMPA

Il lancio della campagna ha avuto un'esposizione mediatica importante, con articoli e servizi sulle principali testate nazionali e locali



154

Uscite totali di media nazionali e locali



45.512.310

Readership totale



**Oltre 250.500 visualizzazioni
delle puntate**



1.324.075 Visualizzazioni degli annunci



39,13% Tasso di interazione



Dati di accesso al sito in 3 mesi di campagna

5.420 sessioni
(utenti unici)

11.210
visualizzazioni

MEDIA

12

Link alle puntate:

<https://www.prostataquiproquo.it/web-fiction/>

Link cartella stampa:

<http://www.proformat.it:4490/index.php/s/wi0Ny3rcA6wTnR5>