

“Be red, be yellow”

La nuova campagna di AVIS per un nuovo approccio alla donazione. #DonaInDoppio, alternando periodicamente sangue e plasma

Con questo hashtag AVIS Nazionale ha lanciato i nuovi soggetti della sua nuova campagna di comunicazione dal titolo “**Be red, be yellow, be AVIS**”.

Obiettivo principale è incentivare un nuovo approccio alla donazione basato sulla possibilità di intervallare le diverse tipologie di questo gesto di altruismo e generosità, accrescendone così il valore etico e sociale.

«Nel 2020 - sottolinea il Presidente di AVIS Nazionale, **Gianpietro Briola** - il nostro Paese ha registrato un calo di circa il 5% delle donazioni. Si tratta di una flessione contenuta, le cui cause vanno ricondotte in larga parte alla netta diminuzione degli interventi chirurgici non urgenti durante la prima ondata della pandemia.

Anche durante la pandemia gli italiani hanno manifestato concretamente la propria sensibilità ai temi del dono e, ancora una volta, hanno dimostrato quanto sia fondamentale il contributo di tutti per raggiungere l'autosufficienza.

Obiettivo essenziale che, purtroppo, non è ancora stato raggiunto nella raccolta di plasma da destinare alla produzione di farmaci salvavita, rendendo necessaria l'importazione di circa il 25% delle scorte».

Da qui nasce l'idea di “Be red, be yellow”, che comprende uno **spot video**, uno **radiofonico** e tre soggetti fotografici declinati in **manifesti**, **copertine** e **immagini per i social**.

«Attraverso scene di vita quotidiana narrate con un linguaggio ironico, divertente e con una forte componente cromatica - sottolinea Claudia Firenze, responsabile dei progetti comunicativi - abbiamo voluto porre l'accento sulla possibilità di compiere entrambi i gesti di generosità, moltiplicando così il proprio il sostegno ai pazienti bisognosi di una trasfusione o di una terapia emoderivata.

Le persone, infatti, tendono a effettuare sempre la stessa tipologia di donazione, mentre se decidessero di alternare quella di sangue intero a quella di plasma darebbero un contributo maggiore al nostro sistema sanitario.

Proprio per questo motivo, tutta la campagna è basata sul concetto che non occorre scegliere tra rosso e giallo - e quindi tra sangue e plasma - perché si ha la possibilità di vivere la vita a colori e si può “donare in doppio”, come recita lo slogan che si presta già a essere un hashtag tormentone **#donaindoppio**».

fonte avis.it