



## Номинации «Не Напрасно» на Седьмом Конкурсе Медиабренд

### **Проблематика:**

Ежедневно около 2 000 человек в России узнают о том, что у них рак. Пока мы едим завтрак, едем на работу и учебу, в общем-то, живем своей обычной жизнью, люди узнают о том, что их жизнь кардинально изменилась — теперь им предстоит борьба с болезнью. По статистике, в 2017 году от злокачественных новообразований умерло 290 тысяч человек. Примерно у 40% жителей нашей страны раком болен кто-то из ближайших родственников, около 70% россиян имеют знакомых больных онкологическими заболеваниями.

ОргКомитет и сотрудники МедиаБренд, выступая с социальной инициативой, приглашают вас принять участие в конкурсе на создание роликов и плакатов для Фонда профилактики рака. В рамках Седьмого конкурса МедиаБренд ([mediabrand.me](http://mediabrand.me)) созданы две специальные номинации «Не напрасно – видео» и «Не напрасно – принт».

Миссия Фонда профилактики рака ([nenaprasno.ru](http://nenaprasno.ru)) – с каждым годом снижать эти ужасные показатели. Для этого фонд просвещает, консультирует, воспитывает новое поколение врачей, проводит исследования и внедряет новые технологии. Фонд профилактики рака проводит качественные изменения в российской медицине. И ему нужна помощь каждого из нас.

### **Справка от Фонда Профилактики Рака ([nenaprasno.ru](http://nenaprasno.ru)):**

Фонд профилактики рака был создан в 2010 году. Основная цель Фонда – снизить смертность от рака в России. Фонд профилактики рака радикально отличается от адресных фондов. Он занимается системными проектами в онкологии, которые опираются на осознанную благотворительность – филантропию. Это значит, что фонд не собирает деньги на лечение конкретного человека, поскольку считает, что достойное качество лечения должно быть доступно каждому жителю России, а не отдельно взятым людям. Фонд занимается проектами, которые меняют ситуацию в онкологии целиком.

Основные проекты Фонда:

В направлении скрининга рака: онлайн-тест SCREEN 2.0, по результатам которого можно получить картину индивидуальных рисков рака и рекомендации по прохождению скрининга.

В направлении медицинского образования – Высшая Школа Онкологии: Грантовая программа для лучших выпускников медицинских ВУЗов из разных регионов, которые кроме финансового гранта на обучение в лучших ординатурах страны, получают специальную дополнительную программу образования, созданную с передовыми западными клиниками из США и Европы.

В направлении просвещения населения – Profilaktika.Media: Фонд профилактики рака поддерживает только доказательный подход в медицине. Фонд считает, что информация о здоровье должна быть достоверной и доступной каждому без исключения. Информация отбирается экспертным советом Фонда и подтверждена медицинским сообществом.

В направлении улучшения качества онкологической помощи – «Просто спросить»: Чтобы каждый человек с онкологическим диагнозом, мог чувствовать себя уверенно и безопасно, Фонд разработал онлайн-справочную, с помощью которой любой без исключения пользователь интернета сможет получить бесплатную консультацию о наилучшем месте лечения в конкретно его ситуации. Проект делает более прозрачным качество лечения в России

### **Бриф (творческое задание)**

Для воплощения ваших смелых творческих решений Фонд Профилактики Рака и МедиаБренд разработали совместно три различные креативные задачи.

### **Задача номер один: МИФЫ**

Цель: Позиционирование фонда профилактики рака как экспертной организации в области онкологии. Увеличение узнаваемости бренда Фонда профилактики рака.

Существует достаточно большое количество мифов, связанных с раком, которые, в том числе, способствуют его распространению и мешают профилактике и качественному лечению. Мы просим вас помочь их развеять. Мы выбрали некоторые из основных, создав на их базе необходимые сообщения. Вы можете использовать для своей работы как несколько из них, так и какое-то одно:

- 1) Рак не заразен
- 2) Вакцина против ВПЧ (вируса папилломы человека) действительно предотвращает многие виды рака
- 3) Лишний вес – один из основных факторов риска появления рака, здоровый образ жизни – один из самых главных способов профилактики рака
- 4) Рак – это не наказание за грехи, а мутация генов
- 5) Солярий убивает
- 6) Стресс не приводит к раку, рак – это мутация генов

Аудитория: мужчины и женщины 20-40 лет, средний класс и ниже, «просто живущие в плену стереотипов», но способные задуматься под воздействием рекламы, погуглить и изменить свое мнение.

Желательный характер коммуникации: с юмором, лаконично, ярко.

Call to action (варианты): «Фонд Профилактики Рака напоминает», «Фонд Профилактики Рака предупреждает», «Фонд Профилактики Рака советует», «Фонд Профилактики Рака знает все об онкологии».

### **Задача номер два: УНИКАЛЬНЫЙ ФОНД**

Цель: позиционирование фонда профилактики рака как уникального проекта, занимающегося системным решением проблемы – борьбой против рака. Фандрайзинг.

Мы знаем про рак всё:

Что такое рак? (проект Profilaktika.Media)

Как его избежать? (онлайн тест SCREEN 2.0 и Profilaktika.Media)

У кого и где лечиться? (Высшая школа онкологии и проект «Просто спросить»)

Аудитория: мужчины и женщины 30-60 лет, средний доход и выше, образованы достаточно, чтобы понять важность системного подхода, уважающие экспертов и фанатов своего дела, положительно относящиеся к благотворительности, или наоборот, желающие «помочь системно, а не затыкать дыры». Необходимо сформировать у них уважение, доверие, отношение как к экспертам. Желание поддержать проект как очень серьезный и важный.

Желательный характер коммуникации: инфографика, схема – «дерево» проектов, возможно привлечение экспертов-врачей, выпускников Высшей Школы Онкологии.

Call to action: «Фонд Профилактики Рака знает все об онкологии. Помогите ему в его экспертной и важной работе!»

### **Задача номер три: УНИКАЛЬНЫЙ ЗАЩИТНИК И БОРЕЦ**

Цель: позиционирование фонда профилактики рака как уникального проекта, занимающегося борьбой с раком по всем фронтам. Фандрайзинг.

Мы боремся с раком по всем фронтам:

На научном фронте (проект Profilaktika.Media)

На профилактическом фронте (онлайн тест SCREEN 2.0)

В битве за жизнь и лечение (Высшая Школа Онкологии и справочная служба «Просто спросить»)

Аудитория: люди, уже столкнувшиеся с онкологией сами или их близкие, либо боящиеся этого заболевания. Возраст и доход не имеет значения. Необходимо сформировать ощущение защищенности, спасения, доверия, отношения как к экспертам.

Желательный характер коммуникации: эмоциональное обращение, трагедия возможных последствий рака, возможно привлечение больных раком, их родственников, известных людей, экспертов-врачей, выпускников Высшей Школы Онкологии.

Call to action: «Фонд Профилактики Рака борется против онкологии на всех фронтах. Защищает тебя и твоих близких и друзей, именно в нашей стране. Помогите ему в этой борьбе. Борись вместе! Поддержи фонд!»

### **ВАЖНО:**

Для всех участников конкурса мы готовы организовать брифинг (лично или по видеоконференции), в который будет входить рассказ о позиционировании Фонда, основных ценностях, а также семинар по доказательной медицине. Это нужно для того, чтобы все идеи были подкреплены научными фактами, доказательность – один из главных принципов работы Фонда.

Возможна помощь со стороны Фонда Профилактики Рака и МедиаБренда в переговорах с известными личностями, врачами, больными раком пациентами и их родственниками.

Технические характеристики рекламных материалов:

Видео ролик, хронометражем не более 3 минут, mp4, разрешение 1280×720, видео кодек H.264, аудио кодек AAC

Макет (принт) A2, вертикальный, в формате jpg или pdf, размером не более 2 мб, но, в случае выхода в финал или по дополнительной просьбе жюри, с обязательным последующим предоставлением файла высокого разрешения для полноцветной печати. Работа должна содержать логотип и название фонда, а также адрес сайта nenaprasno.ru

В работах необходимо использовать фирменный стиль фонда (шрифт, цвета, логотип). Его и бренд-бук можно найти по ссылке

[https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1doGVdBfmM1OI7Z\\_xKYRyvcdNS\\_ysXN7o?fbclid=IwAR1cV-m5sPKBjqIHOG3VvUSUkUKVP4QzKJ0CHPO-dBKzCYgkjZtyJSa3uSo](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1doGVdBfmM1OI7Z_xKYRyvcdNS_ysXN7o?fbclid=IwAR1cV-m5sPKBjqIHOG3VvUSUkUKVP4QzKJ0CHPO-dBKzCYgkjZtyJSa3uSo)

МедиаБренд ведет переговоры с фотобанками и музыкальными библиотеками для предоставления бесплатного права использования материалов участниками этих двух номинаций. 4 марта мы сообщим о своих договоренностях

Мы настоятельно рекомендуем вам перед началом работы связаться с нами для получения более полной информации и прямого контакта с представителями Фонда Профилактики Рака

По всем вопросам, пожалуйста, пишите напрямую Генеральному директору конкурса МедиаБренд Регине Юркиной

email: [ryurkina@gmail.com](mailto:ryurkina@gmail.com)

WhatsApp: +79151295446