

Scheda progetto

Roche Italia e Fujifilm Italia, insieme per ridare priorità alla salute del seno

Nata lo scorso anno in risposta al preoccupante calo degli screening mammografici registrato a seguito della pandemia, 'Screening Routine - La prevenzione come rituale' ha dato vita ad una **collaborazione pubblico-privato** che si è concretizzata con la **donazione** da parte di Roche e Fujifilm di **mammografi di ultima generazione a una selezione di aziende sanitarie su tutto il territorio nazionale, individuate da Fucina Sanità**. È stata promossa anche una campagna di comunicazione che ha diffuso messaggi di sensibilizzazione sulla prevenzione del tumore al seno, all'interno dei siti di e-commerce frequentati dal pubblico femminile per gli acquisti legati alla cura di sé.

Fitprime: nuovo partner di 'Screening Routine'

Durante i *lockdown*, la chiusura di palestre e centri fitness ha avuto un impatto significativo sulle nostre routine di benessere e si è fatto il possibile per continuare ad allenarsi e fare attività sportiva nonostante le restrizioni. Con il *payoff* 'Wellness made easy', **Fitprime** si pone proprio l'obiettivo di stimolare le persone a tenersi in forma, offrendo soluzioni flessibili e capaci di adattarsi agli stili di vita e alle esigenze di ciascuno: con oltre **2.500 centri sportivi** associati su tutto il territorio, una piattaforma di allenamento online che propone corsi *live o on demand* per allenarsi comodamente da casa e *counselling* con esperti di nutrizione e psicologi, Fitprime conta una community di oltre **500mila iscritti**. Con l'obiettivo di continuare ad avvicinare le donne ad una sana e costante prevenzione attraverso canali innovativi ed efficaci nel coinvolgere utenti sensibili alla cura di sé, Roche e Fujifilm promuovono, insieme a Fitprime, l'**iniziativa #NOIPREPRIME**, che prevede diverse attività di sensibilizzazione.

Educational training

Una serie di **video**, rilasciati a cadenza mensile sulla piattaforma dedicata all'allenamento online **Fitprime Smart** e sul sito **Screeningroutine.it**, per offrire **informazioni e consigli utili** sulla prevenzione, con il coinvolgimento di **clinici**, affiancati da **trainer ed esperti** di **Fitprime**.

Guerrilla marketing nelle palestre

Le palestre Fitprime aderenti all'iniziativa diventano il luogo per veicolare messaggi di prevenzione in modo non convenzionale, con un'operazione di **guerrilla marketing**. Gli specchi negli spogliatoi e/o nelle sale fitness ospitano **stickers** che richiamano la forma del seno (**vedi foto allegata**), componendo lo slogan "**AMATI-PREVIENI**" e invitando a scoprire di più su **Screeningroutine.it**, con il relativo QR code. La forma del seno composta dallo slogan è protagonista anche di **t-shirt** indossate ogni **primo week-end** del mese dalle trainer dei corsi di fitness. Ma la prevenzione è protagonista anche nella **sala attrezzi**: sulla *pectoral machine* e altri macchinari, saranno presenti delle schede, simili a quelle compilate per gli allenamenti, con messaggi che affiancano alla "posologia" degli esercizi per tonificare il corpo, quelli legati alla "screening routine": l'obiettivo è quello di ricordare alle donne che dai **45-50 anni** è importante aderire alla lettera di invito ai programmi organizzati di screening che prevedono **una mammografia ogni due anni**; alle **over 40** è consigliabile un **controllo senologico periodico**, mentre in presenza di **fattori di rischio familiari**, la raccomandazione è sempre quella di **chiedere consiglio al proprio medico**. **Curves, Fit&Go, IFTO** e **Mrs Sporty** sono tra i primi centri partner di Fitprime che hanno risposto con entusiasmo all'iniziativa, mettendo a disposizione le proprie strutture in tutta Italia per veicolare la campagna e coinvolgere i propri utenti.

Tutte i dettagli sull'iniziativa, insieme a consigli e informazioni utili sulla prevenzione e sulla mammografia sono disponibili sul sito dedicato:

www.screeningroutine.it