



ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

CAF Onlus

Centro di Aiuto al Bambino Maltrattato e alla Famiglia in Crisi

20 maggio 2009

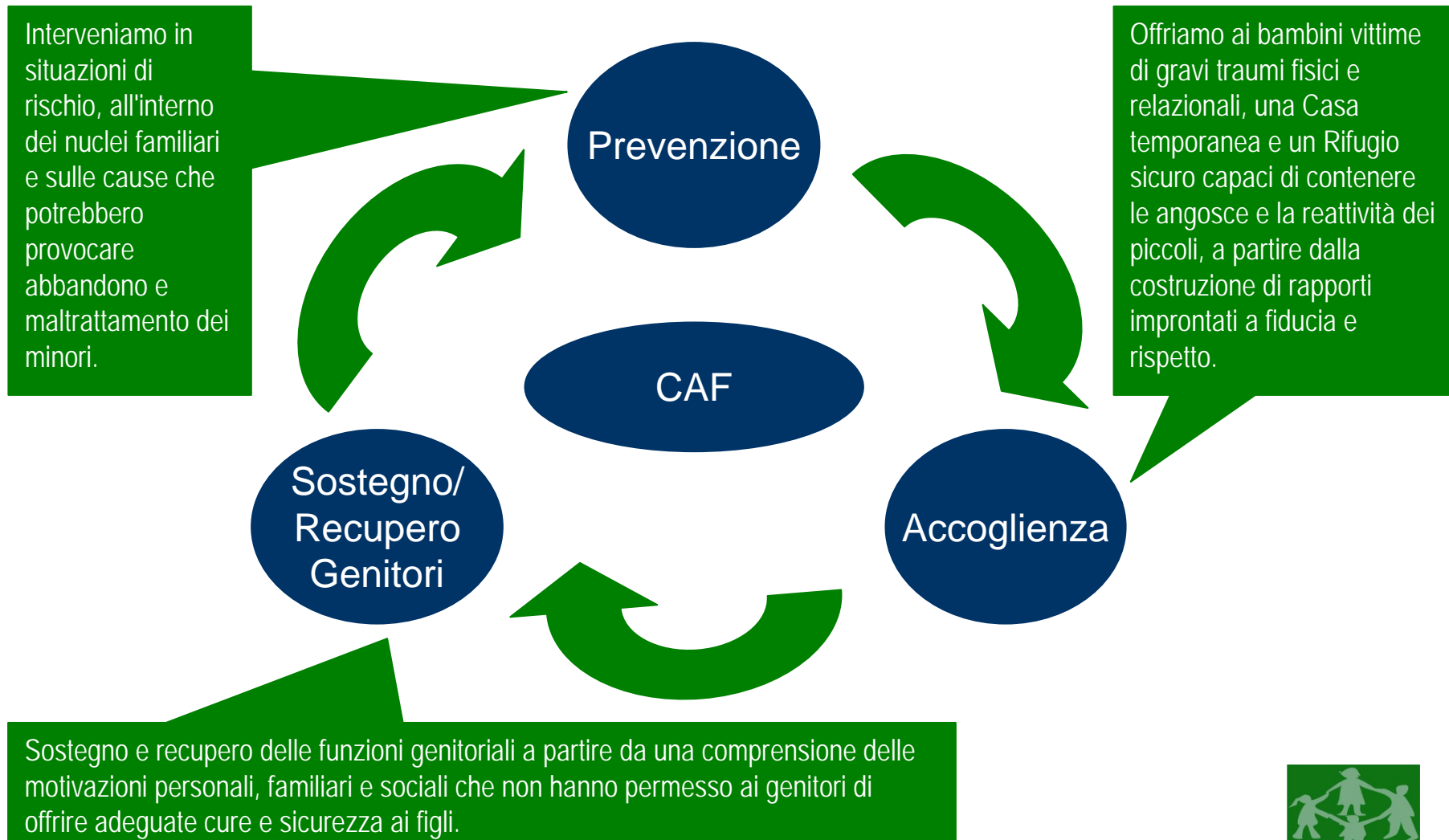
Marchio CAF: valore, significato, utilizzo".

Chi siamo

CAF Onlus, Centro di Aiuto al Bambino maltrattato e alla Famiglia in crisi, fondato da Ida Borletti, è una Associazione che nasce nel 1979 come primo Centro in Italia dedicato all'accoglienza, alla terapia e allo studio del maltrattamento infantile e dell'abuso.

In quasi trent'anni ha accolto e curato oltre 750 minori in stato di grave disagio.

Aree di intervento del CAF

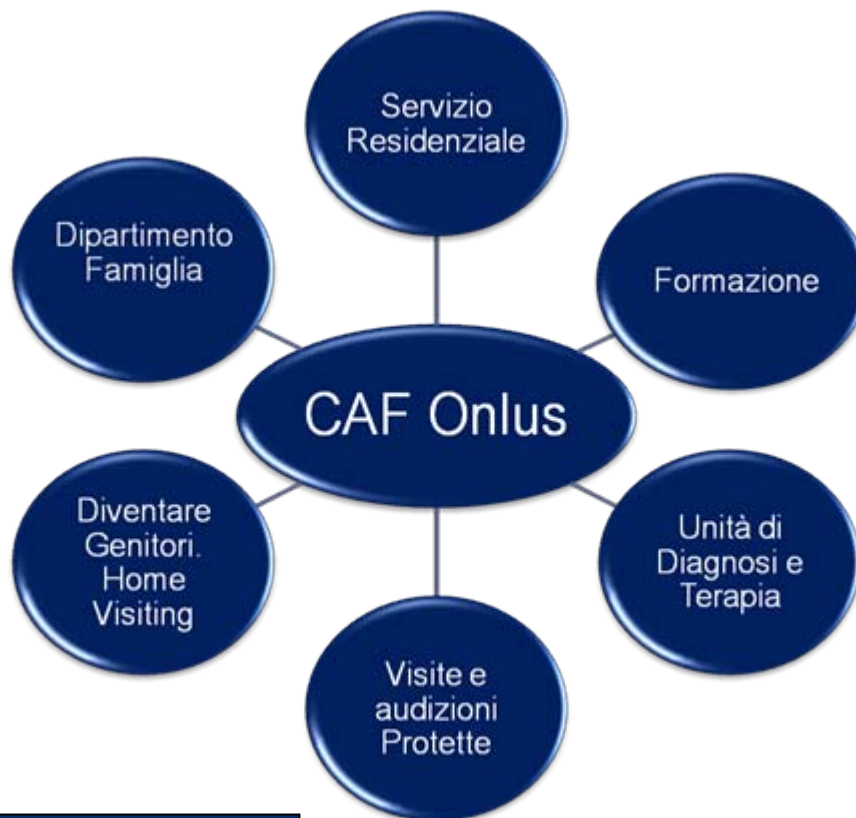


CAF

ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

Cosa offriamo

3 comunità: elfi, folletti, gnomi



sostegno alla genitorialità, all'affido, al rientro in famiglia

attività rivolta a operatori del settore e insegnanti

prevenzione attraverso il sostegno domiciliare

psicoterapie per bambini e genitori

spazio d'incontro bambino/genitore con osservatore

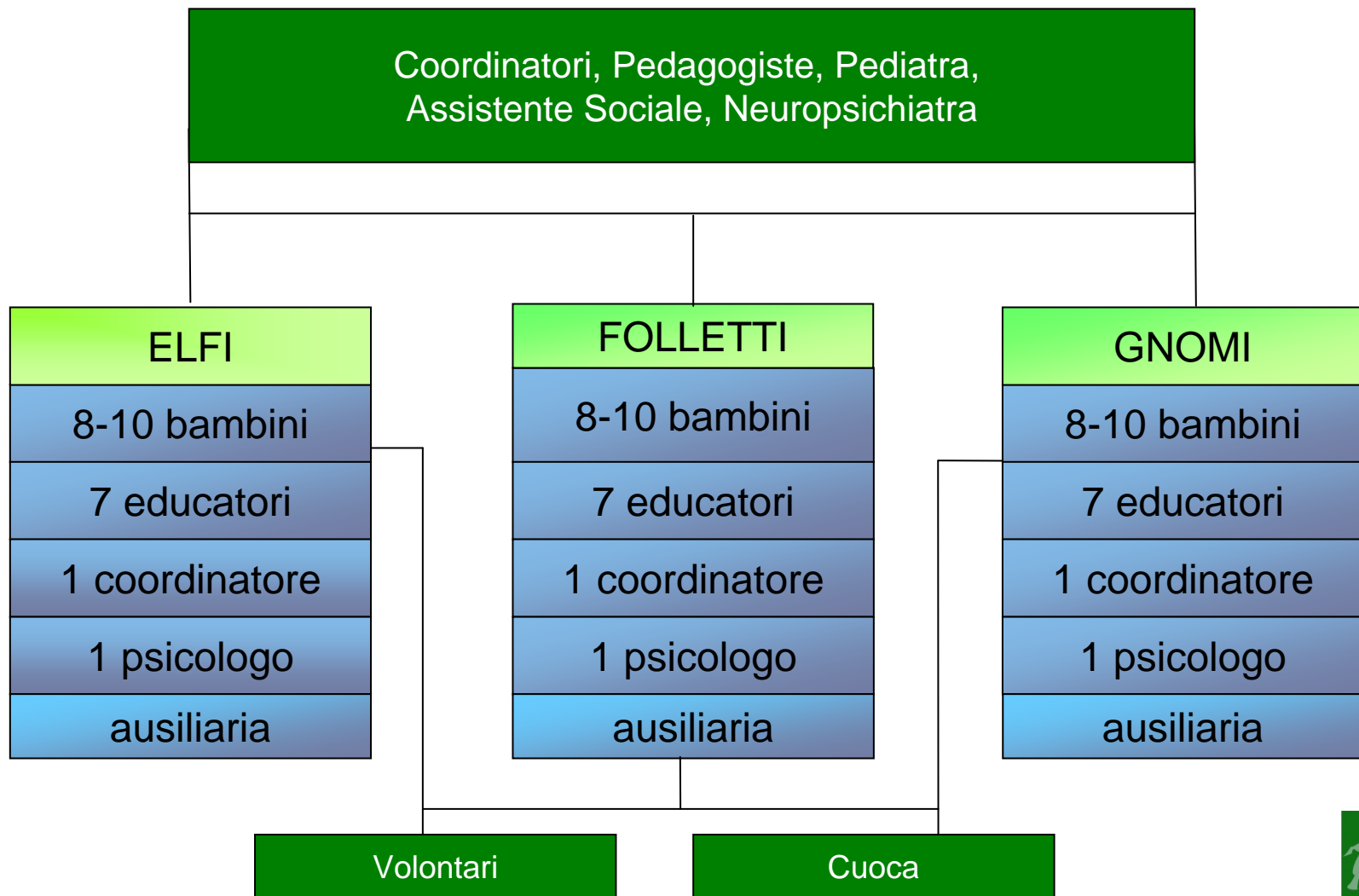
Raccolta di testimonianza di minore su sospetti abusi e/o maltrattamenti su ordine del Tribunale



CAF

ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

Le comunità CAF



CAF

ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

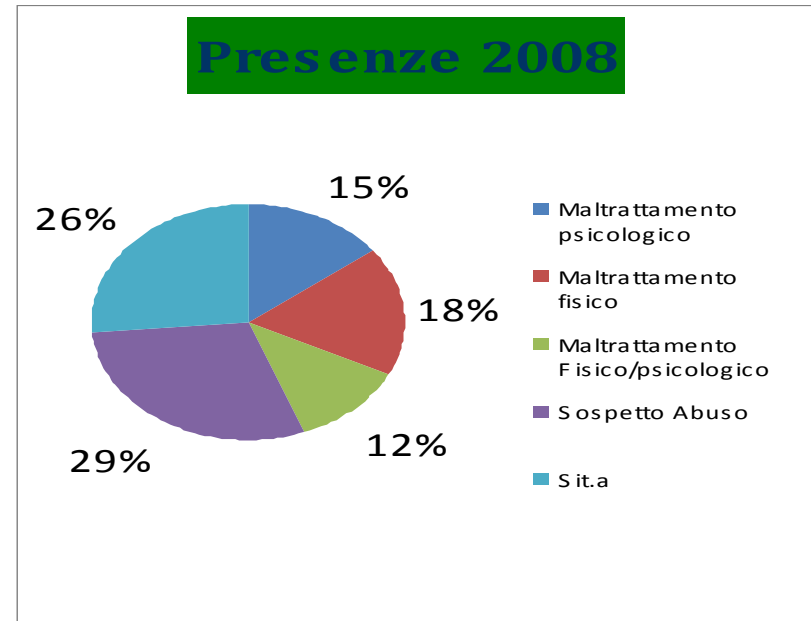
Natura del disagio

I bambini vengono allontanati dalle loro famiglie con disposizione del Tribunale per i Minorenni nei casi in cui siano stati accertati o sospettati:

- grave trascuratezza
- maltrattamento fisico e/o psicologico
- abuso sessuale

In merito ai minori vittime di *abuso sessuale* si registra una tendenza in costante crescita. Da 800 casi nel 2002 ai 2.891 nel 2005 (dato Anticrimine)

Tra i minori vittime di abusi c'è una prevalenza di bambine e di adolescenti (70%), ma non è trascurabile la percentuale del 30% che si riferisce ai maschi. L'abuso sessuale è un fenomeno che solo in minima parte viene alla luce; questi gravi eventi possono rimanere nel silenzio per anni o per sempre, a causa di dinamiche familiari e sociali che tendono a mantenere all'interno delle mura domestiche il disagio per vergogna e paura.



La nostra comunicazione

Lo scenario

UNA REALE ESIGENZA

Nel corso degli ultimi decenni la sensibilità attorno ai temi umanitari e dei diritti civili che coinvolgono i minori è aumentata notevolmente.

In risposta alla reale esigenza di soccorso e protezione dei minori si sono moltiplicate le organizzazioni che intervengono in loro aiuto.

UN AMBIENTE AFFOLLATO

Molte di queste organizzazioni hanno impiegato una parte rilevante dei loro fondi per aumentare il proprio raggio d'azione privilegiando quindi lo sviluppo organizzativo e d'immagine.

Gli sforzi comunicativi sono stati compiuti al fine di aumentare sempre di più la visibilità e per raggiungere un maggior numero di persone anche oltre i confini geografici del paese di provenienza.

I messaggi e gli appelli di solidarietà di questi enti è confluito in un grande calderone mediatico dove affluiscono peraltro altre iniziative comunicative contro lo sfruttamento del lavoro minorile, la pedo-pornografia, o a sostegno di situazioni drammatiche derivanti da guerre, malattie

e catastrofi naturali.

La scelta del CAF

La storia trentennale del CAF è caratterizzata dalla specifica scelta di **concentrare tutte le risorse finanziarie** e non, esclusivamente **su ogni “progetto bambino”**.

In questo senso il CAF si è mosso in una direzione diversa rispetto a quella di molte altre Onlus investendo maggiormente sul miglioramento del dispositivo terapeutico, la qualità e l'ampiezza del servizio offerto, a scapito della comunicazione.

Il percepito del brand

Il percorso finora intrapreso ha condotto il CAF ad acquisire delle competenze tecnico scientifiche che gli sono valse un'ottima reputation tra gli addetti ai lavori.

In particolare il CAF e il suo modello di gestione sono divenuti un vero e proprio punto di riferimento istituzionale,

L'evidenza tangibile del suo impegno è stato premiato dai sostenitori e donatori che rimangono fedeli alla causa negli anni.

Il marchio CAF

PLUS

Notorietà presso le Istituzioni e gli addetti ai lavori

CAF = elevate **capacità professionali** e **qualità del servizio** erogato

Storicità (da 30 anni opera sul territorio)

Forte valore scientifico e di studio sul tema dell'abuso minorile (Comitato Scientifico di eccellenza)



ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI

MINUS

Acronimo non corrispondente alla denominazione completa dell'ente e quindi non esplicativo.

Acronimo utilizzato anche da altri:

CAF – Centro di Assistenza Fiscale

CAF – Centro Anti Fascista

CAF - Commissione d'Appello Federale (FIGC)

CAF – Club Alpino Francese

CAF – Patto Craxi, Andreotti, Forlani

Scarsa notorietà presso il grande pubblico

Comunicare oltre il marchio!

Sempre più in là

Il desiderio di poter sviluppare un maggior numero di progetti per aiutare sempre più **bambini**, porta il CAF a voler farsi conoscere da **un'audience allargata**, sia per tipologia di target che per destinazione geografica. Con un obiettivo di raccolta fondi strettamente correlato alla notorietà.

Maggiore notorietà e visibilità

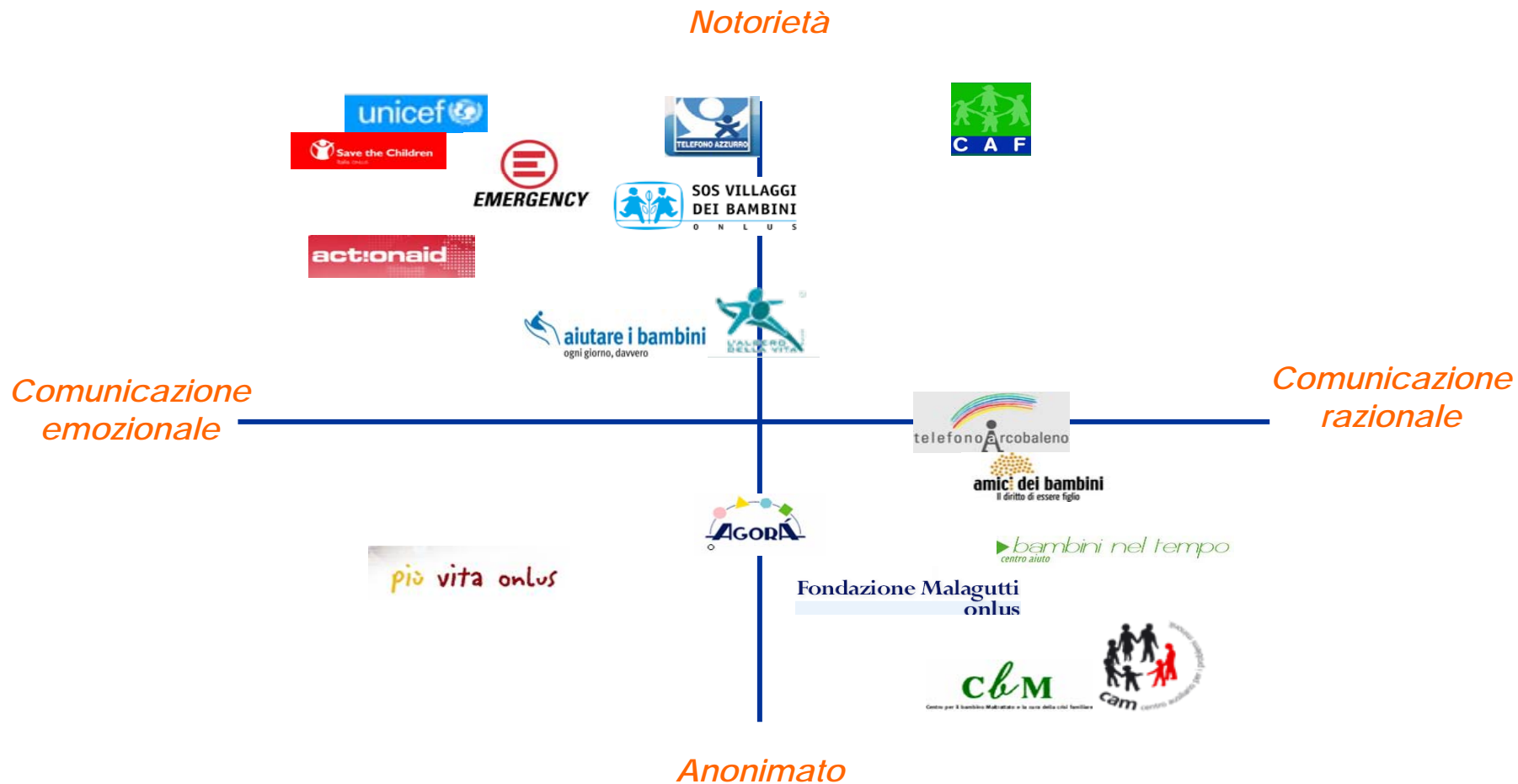
Acquisire **maggior notorietà e visibilità**
in maniera sostenibile e mantenendo la propria identità.

Mantenere la propria identità

Per gli attuali stakeholders il CAF rappresenta un **marchio di garanzia** che vogliamo rimanga tale anche in futuro.

Abbiamo quindi creato un campagna di comunicazione mantenendo e valorizzando l'attuale marchio.

Il posizionamento desiderato



Gli obiettivi

1. **SENSIBILIZZARE** sul tema dell'abuso e del maltrattamento
2. **TRASMETTERE L'IDENTITÀ** del CAF
3. Lanciare una campagna di **RACCOLTA FONDI**

La campagna

SMS SOLIDALE

4 – 24 MAGGIO 2009

48543

2 euro a sostegno dei progetti del CAF

da tutti gli operatori telefonici



QUANTO PESANO GLI ABUSI
SULLA VITA DI UN BAMBINO?

AIUTACI A RESTITUIRE AI MINORI MALTRATTATI TUTTA
LA LEGGEREZZA CHE LA LORO INFANZIA SI MERITA

MANDA UN SMS O CHAMA DA TELEFONO FISSO PER DONARE 2€

48543
DAL 4 AL 24 MAGGIO

ONLUS / CENTRO DI AIUTO
AL BAMBINO MALTRATTATO
E ALLA FAMIGLIA IN CRISI
Bambini si diventa.

www.cafonlus.org



Il piano media

PREMESSA

Il CAF per la realizzazione dello **spot televisivo** e della **campagna stampa** si è avvalso della collaborazione dell'agenzia di comunicazione GREY WPP e della casa di produzione Mercurio Production. Entrambe le società hanno lavorato **gratuitamente**.

Spot 30" sui seguenti mezzi di comunicazione:

Reti Televisive Mediaset, nello spazio dedicato alla comunicazione sociale, due settimane di programmazione dal 4 maggio al 18 maggio

La7, dal 4 al 20 maggio negli spazi gratuiti.

Telelombardia

Sky

Trasmissioni TV

Striscia la notizia (4 maggio)

TL Sera (Telelombardia con presenza in studio)

Tg24 Sky, con presenza in studio

Il piano media

Dal 4 al 20 maggio, lo spot verrà trasmesso:

Circuito video di aeroporti

Telesia Aeroporti:

Aeroporto Roma Fiumicino – 26 Monitor

Aeroporto Milano Linate - 33 Monitor

Aeroporto Milano Malpensa - 58 Monitor

Metropolitane Milano e Roma:

176 Monitor distribuiti tra le 36 principali stazioni delle due città. Roma dispone anche di monitor all'interno di 45 treni.

Autobus:

900 autobus a Roma, 500 autobus a Milano

Circuito cinematografico Opus, nelle sale di tutta Italia.

Le principali Stazioni Ferroviarie italiane (circuito Grandi Stazioni)

Il piano media

Campagna Stampa

Spazi gratuiti sulle testate RCS .

Oggi

Corriere della Sera

City (con supporto redazionale)

Vita Magazine

Affissione:

Circuito ATM (tram e autobus), nelle metropolitane,
(6 x 3) e nelle pensiline, pendenti su tram.

Radio

Radio due

- Caterpillar (20/05 in diretta dal CAF)
- Barbara Palombelli (21/05 Charmet in diretta)