



## As Campanhas da Laço



# Missão e Visão

---

A Laço é uma associação sem fins lucrativos com o objectivo de ter um impacto significativo na prevenção, diagnóstico precoce e tratamento do cancro da mama no nosso país.

Todas as mulheres em Portugal, através do Serviço Nacional de Saúde, têm acesso à prevenção, ao diagnóstico precoce e ao tratamento ideal para o cancro da mama, reduzindo significativamente a sua taxa de mortalidade e aumentando a qualidade de vida das sobreviventes.

A Laço é totalmente independente.

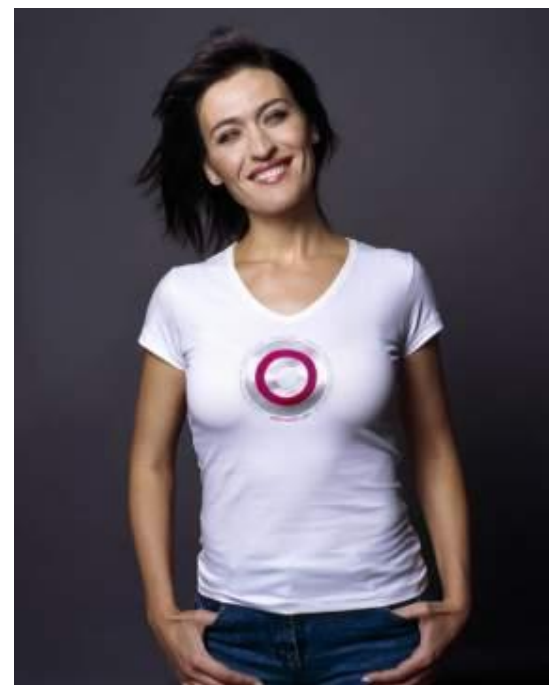


# Objectivos Estratégicos

---



- Informar e divulgar a doença aos diversos *stakeholders*, de forma a mudar a atitude e o comportamento perante a doença
- Angariar fundos para apoiar projectos com grande impacto na luta contra o cancro da mama em Portugal
- Acompanhar de perto os projectos apoiados de forma a poder avaliar os resultados.



# Laço



- Baixos custos administrativos
- Grande flexibilidade
- Voluntárias com capacidades técnicas
- E-mail e Internet como principais vias de comunicação (sem custos: site, Facebook)
- Usar a comunicação social para “vender” saúde da mulher
- Usar caras conhecidas para mudar atitudes e comportamentos
- Não usar imagens de mulheres nuas ou imagens de corpos perfeitos sem cabeça
- Vender “saúde”



# Públicos Alvos



A Laço tem públicos alvos diferentes:

- mulheres em geral sem cancro da mama na faixa etária de maior risco
- o público em geral incluindo mulheres jovens
- mulheres com cancro da mama e as suas famílias e amigos
- profissionais de saúde
- gestores do SNS

**CONVIDADOS VIP 5**

**FUTSAL FEMININO É PAIXÃO**

**PAVILHÃO DESPORTIVO DOS LOMBOS**  
23.ABRIL - 21H

**VONTADE DE VENCER**

**Laço**  
Lutamos Contra o Cancro da Mama  
www.laco.pt

**EQUIPAS CONVIDADAS**

**LOMBITAS**  
JOGADORAS DE FUTSAL DO CÍRCULO

**BAR MOINHO**  
DIVERSAS FIGURAS PÚBLICAS, LIGADAS A MÚSICA A TELEVISÃO E À MODA

**TVI**  
FUNCIONÁRIOS E PESSOALIDADES LIGADAS A ESTE CANAL DE TELEVISÃO

**CENTRAL/PRIME**  
MISTO DE PERSONALIDADES DIVERSAS REUNIDAS PELA EDITORA PRIME BOOKS E PELA CENTRAL MODELS

**APOIOS**

CENTRAL MODELS PRIME BOOKS

ACEITA-SE DONATIVOS QUE REVERTEM A FAVOR DA LUTA CONTRA O CANCRO DA MAMA



# Great Friends in Good Places

---

## Os Nossos Parceiros Pro Bono:

- Donativos em espécie – serviços ou produtos
- Contactos pessoais
- Visão em comum
- Paciência
- Profissionalismo
- Limites
- Reconhecimento (ou não!)
- Respeito máximo
- Profissionalismo

**relações publicas**

**criatividade**

**site design**

**advogada**

**fotógrafo**

**contabilista**

**papel**

**figuras publicas**

**impressão**

**produção de  
filmes**



# Parceiros Pro Bono

---

Os produtos e serviços fornecidos pelos nossos parceiros, ao longo do ano, permitem à Laço funcionar com profissionalismo e quase sem custos administrativos:

**Câmara Municipal de Cascais**

**Central Models**

**Cision**

**Fernandes e Terceiro**

**FilmBrokers**

**Image Factory**

**JCM Gabinete de Contabilidade e Assistência Fiscal**

**Kenton Thatcher Photography**

**Miopia Design**

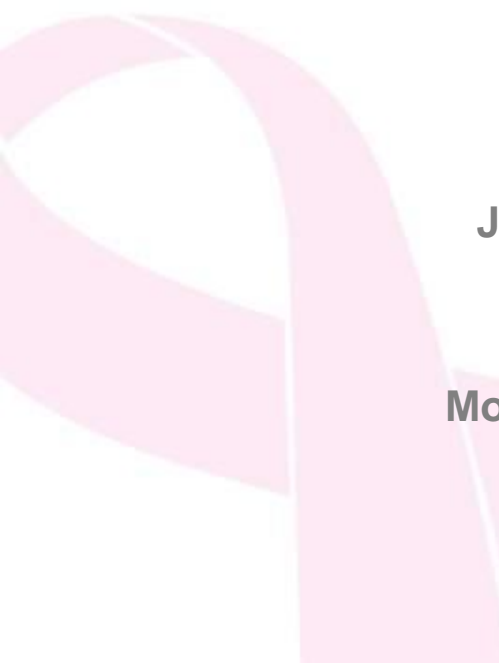
**Morais Leitão Galvão Teles Soares da Silva Advogados**

**Oitavos Dunes**

**Pioneer**

**Porter Novelli**

**White Box Studio**



# A importância da marca – mesma na solidariedade

---



## Credibilidade antes da Notoriedade

comunidade diplomática = posicionamento 1º evento

clippings do 1º evento = mais apoio para 2º evento

resultados €€ = impacto concreto

profissionalismo = credibilidade

# Divulgação de informação sobre Cancro da Mama



Divulgar os pontos de acção mais importantes ao maior numero de mulheres com menor despesa

lembrando a natureza do assunto:

- Campanhas com espaço cedido – TV e radio, imprensa, outdoors
- Campanhas com produtos – etiquetas
- Folhetos
- TV – entrevistas
- Celebridades
- Site

**Sempre positivo, acção, combater medo = aspiracional**



# Angariação de Fundos

---



Angariar o dinheiro máximo com o mínimo de despesa

- Parceiros pro bono
- Patrocínios
- Inscrições em eventos
- Donativos simples
- Cause Related Marketing

**Todos dependem de Relações Publicas**



# Patrocinadores Principais 2009



women'ssecret



JCDecaux



CEMUSA



# Campanhas: Cause Related Marketing

*Cause-related marketing (CRM) is defined as the public association of a for-profit company with a non-profit organization, intended to promote the company's product or service and to raise money for the non-profit.*



Pioneer apoia  
**Laço**  
Ligamos Cordeiros  
e Cordeiros de Papel  
www.laco.pt

DIRECTORA  
CREATIVA

DESIGNER

CRATIVO

PAPEL DE ESCRITÓRIO  
PIONEER

O sucesso é uma questão  
de criatividade...

... criatividade que só o papel Pioneer pode transmitir. Com a sua excelente textura e a sua elevada capacidade, os seus documentos vão impressionar qualquer um. Com o papel Pioneer, só tem de se preocupar com a criação dos seus trabalhos.

Pioneer. Get Inspired™



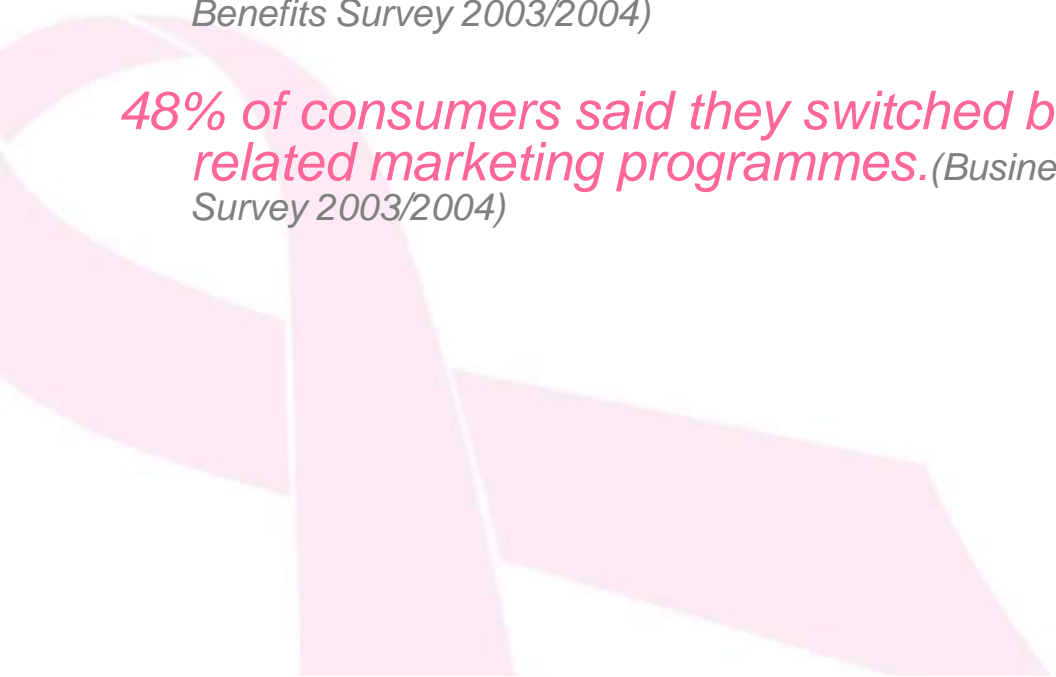
# O Futuro de Angariação de Fundos

---



*80% of consumers feel more loyal and positive about companies that choose to work with charities. If price and quality were equal, consumers would prefer to buy a brand associated with a charity rather than one that is not.* (Business in the Community, Brand Benefits Survey 2003/2004)

*48% of consumers said they switched brands as a result of cause-related marketing programmes.* (Business in the Community, Brand Benefits Survey 2003/2004)





# Cause Related Marketing

---

Laço já fez campanhas com varias marcas incluindo:

Dove, Charles, Nomination, Darphin, Samsung, Galeria Acta, Kosta Boda, Luso, Crocs, Pioneer, Lanidor, women'secret, Continente, Nevada Bob's, Palmer's, SIBS e H&M, Bimby, Lierac entre outros

## Resultados duma campanha da Laço com uma marca em 2009:

24% dos consumidores tiveram conhecimento da parceria

57% dos consumidores que tiveram conhecimento da parceria admite que **esta reforça a sua fidelidade à marca** (13% do universo)

# Princípios para Campanhas da CRM

---



- Trabalhamos para ajudar todas as mulheres em Portugal, através do Serviço Nacional de Saúde.
- Um produto vendido para angariação de fundos tem que ter qualidade, valor inerente e ser apelativo para o consumidor.
- Os projectos de parceria não se devem orientar para a obtenção de lucros financeiros a curto prazo, mas é expectável que os parceiros obtenham benefícios ao nível da imagem e notoriedade.
- Donativo mínimo assegurado para a LAÇO.
- Máximo impacto com custos mínimos.
- Todos os projectos devem abranger as duas vertentes fundamentais: informação e angariação de fundos.

# Responsabilidade Social – Comunicação Interna



*99% care if the organisation they work for acts responsibly or not.*

(Industrial Society Survey 2000)

*87% of people agreed with the following statement: “A company that supports society and community is probably a good company to work for”*

(MORI Research)



**vista a camisola  
apoie esta luta**

Adquira a sua T-Shirt numa loja Lanidor.  
Dia 22 de Junho vista a sua T-Shirt  
e participe no Fashion Targets Friday.

[www.laco.pt/fashiontargets](http://www.laco.pt/fashiontargets)

Logos for Laco, Associação Nacional de Lutas, and Roche are visible at the bottom.



# A independência da Laço I

---

- O nosso compromisso é com a saúde pública por isso a Laço não faz parcerias com entidades particulares que são prestadoras de cuidados de saúde.
- A Laço não faz recomendações sobre medicamentos, equipamentos ou profissionais de saúde. Promovemos e apoiamos Centros de Excelência em cada região (*Breast Units*), segundo os *guidelines* da Eusoma.
- Laço financia a aquisição de equipamentos (*medical devices*) frequentemente para Centros de Excelência, o Programa Nacional de Rastreio do cancro da Mama e outros projectos. A escolha dos equipamentos é feita pelas equipas médicas responsáveis de cada projecto, pensando só no melhor diagnóstico e tratamento para os doentes.

# A independência da Laço II

---



- Até 2007 a Laço recebeu diversos donativos da indústria farmacêutica, apoios que foram importantes e generosos. Mas a partir de 2008, a Laço iniciou uma política de independência da indústria farmacêutica, devido às eventuais pressões dos laboratórios, para salvaguardar a total autonomia da Laço.
- Em resumo, por manter transparência e independência total, a Laço não recebe apoios de laboratórios, fabricantes de equipamentos médicos ou clínicas particulares.

