

ספק קטן מהלך גדול!



שלמור אבנון עמיחי | Y&R באהבה

פעילות הוועד למלחמה באיידס

הוועד למלחמה באיידס הוא הארגון הוותיק והרציני ביותר בישראל הפועל למניעת התפשטות נגיף ה- HIV.

תחומי הפעילות העיקריים של הוועד:

- מניעת התפשטות של המחלה
- קידום רווחת והגנת הזכויות, של אנשים החיים עם HIV
- ביצוע וקידום מחקר בסיסי וקליני ב- HIV/איידס

1. הסביבה השיווקית טרם המהלך



שינוי תפיסתי - המוות "יצא מהשוואה"

מאז שנכנס הקוקטייל לשימוש, והמוות "יצא מהשוואה",
חלה ירידה משמעותית בתפיסת החומרה של המחלה:
מחלת האיידס כבר לא נתפסת כמחלה מסוכנת וקריטית,
אלא כ"מחלה כרונית", שניתן להמשיך לחיות איתה...

שינוי התנהגות - אדישות וזלזול!

השינוי התפיסתי הביא לשינוי הרגלים מסוכן:

1. ירידה משמעותית בנקיטת אמצעי זהירות (יחסי מין מוגנים)
2. ירידה במספר הפונים לבדיקת נשאות HIV!

אסטרטגיות של הפחדה כבר לא אפקטיביות

יותר ויותר צעירים שלא הכירו את המחלה בשנות השמונים,
מרשים לעצמם להקל ראש בנושא,
ולא נבהלים מקמפיינים המבוססים על הפחדה

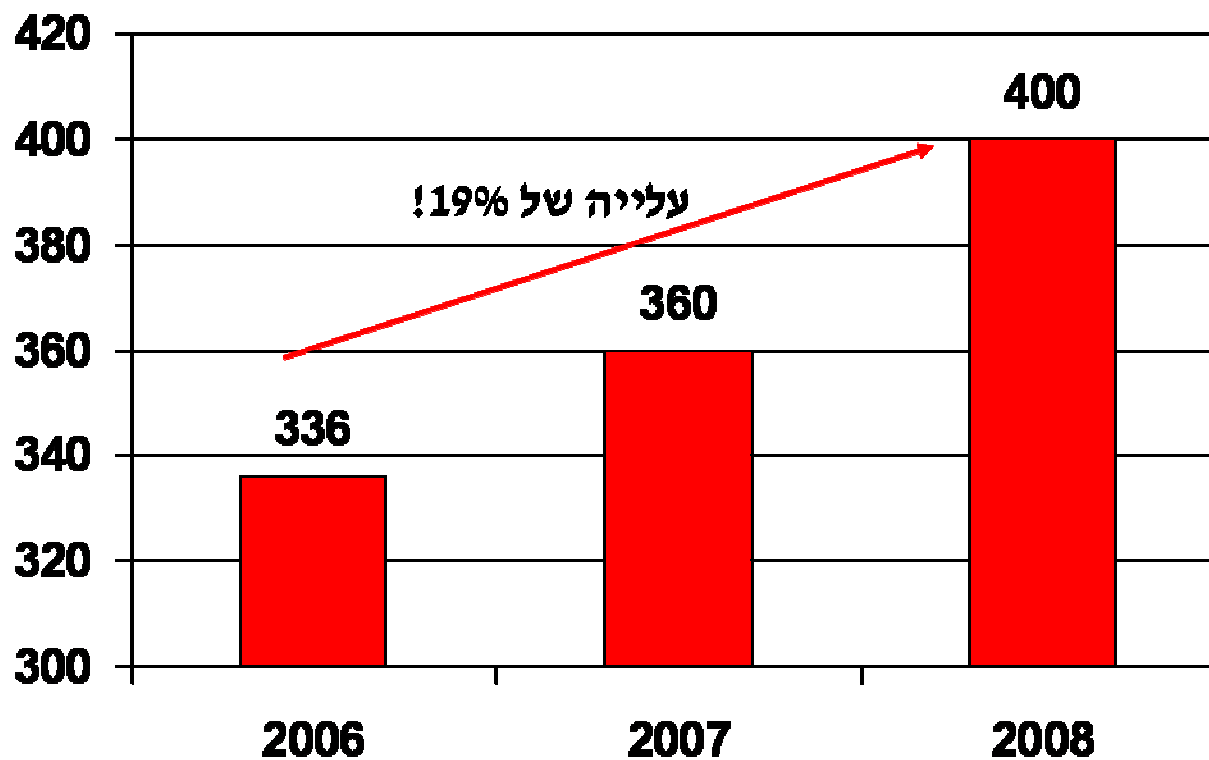
האיידס כבר לא "על האגינדה"...

נראה כי נושא האיידס, כבר לא מעניין אף אחד,
ובמיוחד לא את אמצעי התקשורת. האיידס הפך ל- "Old News"

והתוצאות בהתאם :



עלייה במספר נשאי HIV בישראל



עפ"י נתונים אפידמיולוגיים של משרד הבריאות ונתוני הוועד למלחמה באיידס www.aidsisrael.org.il

לא מספיק נבדקים!

קרוב ל-70% מהישראלים מעולם לא נבדקו ל-HIV*.

עפ"י סקר שנערך על ידי הוועד בשלוש השנים האחרונות בשיתוף עם מכון המחקר "מותגים"



ורמת חוסר המודעות לסטאטוס ה-HIV גבוהה

להערכת משרד הבריאות, מספר הנשאים בפועל גבוה בכ-50%,
ממספר הנשאים הידועים!

מקור:

משרד הבריאות, איידס בישראל, דו"ח אפידמיולוגי תקופתי, 1981-2008



הסכנה

נשאים שאינם מודעים למצבם, מהווים פוטנציאל מסוכן להפצת המחלה.
לכן, בדיקות איידס הן גורם קריטי במניעת התפשטות המחלה!



ידיעת סטאטוס ה-HIV של כלל הציבור
היא המפתח לבלימת המגיפה!



2. מטרות המהלך

מטרות המהלך התקשורתי

טיפול בגורמים הקריטיים למניעת התפשטות המחלה:

1. להעלות את חשיבות הגילוי המוקדם של ה-HIV
2. להניע אנשים לעשות בדיקת איידס
3. להחזיר נושא האיידס לתקשורת ולשיח הציבורי

יעדי המהלך

היעד שהוגדר:
גידול של 15% במספר הנבדקים

3. הרעיון הגדול



הרעיון עליו מושתת המהלך :

הספק

המהלך התקשורתי ממחיש כמה בלתי נסבל לחיות עם ספק (וחשש!) לגבי מצב בריאותך.

מה הוביל לפיתוח "הרעיון הגדול"?



התובנה הצרכנית

מאז שהאיידס מוגדר כמחלה כרונית, אסטרטגיות הפחדה אינן יעילות.
עם זאת, אנשים, שמקיימים יחסי מין מזדמנים
חיים עם חשש מסוים, שאולי נדבקו.
הספק הזה מלווה אותם תמיד.
למרות שהם מנסים להדחיק אותו, הוא תמיד "נשאר ברקע".

ההזדמנות – "יום האיידס הבינלאומי"

מדי שנה, ב-1.12, מתקיים "יום האיידס הבינלאומי" בכל רחבי העולם. הארגונים למלחמה באיידס בכל העולם, מנצלים יום זה, להעלות את המודעות למחלת האיידס, לסכנת ההידבקות, חשיבות הבדיקות וכד'.

השנה החליט הוועד למלחמה באיידס לנצל את "יום האיידס הבינלאומי", והחודש כולו, לנושא בדיקות HIV.

4. עקרונות האסטרטגיה השיווקית

”היתרון התחרותי” – החיים עם הספק

הקמפיין התבסס על המחשה של גורם מטריד ומפריע,
המאפיין את חייהם של אנשים שמקיימים יחסי מין מזדמנים
(בפרט בקבוצות הסיכון הגבוה):
החיים עם ספק

קהל המטרה – כל מי שלא יודע...

המהלך התקשורתי פנה לכל אדם שקיים יחסי מין לא מוגנים
ולא נבדק לאחר מכן

המחסומים : 1. אדישות וזלזול

הירידה בתפיסת החומרה גורמת לאנשים "לעצום עיניים" – לא דואגים, לא נבדקים, ומשלים את עצמם ש"יהיה בסדר".
← הקמפיין בא "לנער" ולהזכיר לאנשים שחייבים להיבדק.

המחסומים : 2. הפחד

- הפחד מתוצאות הבדיקה
הפחד מתוצאה לא רצויה, גורם לאנשים להדחיק, ולא להיבדק.
← לכן, הקמפיין חשף את הפן הלא נעים של החיים עם הספק
- הפחד מתהליך הבדיקה
הבדיקה מלחיצה, בפרט, פרק הזמן של ההמתנה לתוצאות הבדיקה.
← לכן, הדגשנו כי קבלת התוצאות נעשית תוך 30 דקות
- הפחד מחשיפת המחלה
נשאים פוטנציאלים חוששים מהחשיפה והסטיגמה של מחלת האיידס.
← הדגשנו כי הבדיקות של הוועד למלחמה באיידס הן אנונימיות.

המחסומים : 3. Old News

התקשורת אדישה לנושא, אינה מתעניינת ואינה מסקרת.
מחלת האיידס אינה "על האג'נדה"
← ידענו שרק קמפיין ייחודי, חדשני ובולט,
"ינער" גם את התקשורת מאדישותה

מדיניות המוצר - בדיקה אנונימית ומהירה

על מנת להקל ולעודד נבדקים, הוועד למלחמה באיידס מציע:

- **בדיקות מהירות** - הוועד למלחמה באיידס הוא המקום היחידי בארץ שעורך בדיקות מהירות:
 - בדיקה מהירה "רגילה" - תוך כ-3 ימים*
 - בדיקה מהירה - תוך חצי שעה
- **בדיקות אנונימיות** - במסגרת הוועד למלחמה באיידס הבדיקות הן תמיד אנונימיות
- **ייעוץ אישי לכל נבדק** - טרם הבדיקה ובעת קבלת התוצאה

* בדיקות איידס במסגרת קופות החולים ובתי החולים - התשובה תוך 10 ימים, ואינן אנונימיות



מדיניות ההמחרה

בניגוד לבדיקות הנערכות בקופות החולים ובבתי החולים, בדיקות הוועד למלחמה באיידס, כרוכות בתשלום, בשל היעדר סבסוד מצד משרד הבריאות. עם זאת, היתרון הגדול של הוועד הוא במהירות ובאנונימיות הבדיקות.

עלות הבדיקה :

בדיקה רגילה - 100₪ למבוגרים ו- 60₪ לחיילים וצעירים מתחת לגיל 18.
בדיקה מהירה - 150₪ למבוגרים, 120₪ לסטודנטים ו- 110₪ לחיילים.

הערה: עבור נבדקים מעוטי יכולת ובבידוק חוץ במוקדי בילוי של קבוצות הנמצאות בסיכון מוגבר – הבדיקות הן ללא תשלום.

המדיניות התקשורתית



קמפיין "הספק הקטן"

הקמפיין כולו מבוסס על דמות (מאוד לא סימפטית!) שנקראת: "הספק הקטן".
הדמות היא האנשה של הספק האמיתי, שמכונן בלבו של כל מי שמקיים יחסי מין לא מוגנים.
הספק הקטן מציק ומטריד. הוא בלתי נסבל!
אבל יש רק דרך אחת להיפטר ממנו: לעשות בדיקת איידס.

המסר

לא ניתן להימלט מהספק....

בכל פעם שאתה עושה סקס לא מוגן, נולד ספק קטן.
תיפטר מהספק!
עשה בדיקת איידס מהירה ואנונימית בוועד למלחמה באיידס.

ספק קטן – בולטות גדולה!

על מנת "לנער" את קהל המטרה, ולשבור את האדישות שלו
(ולעשות זאת באמצעים מוגבלים ביותר!),
היינו חייבים קמפיין ייחודי, אחר, בולט!

חדשנות במקרה זה היא קריטית, לא פריבילגיה!
קמפיין "הספק הקטן" הוא חדשני בכל פרמטר ופרמטר:
מהדמות ועד השימוש במדיה!



ספק קטן, אבל מציק!

"הספק הקטן" הוא יישות "מטרידה":
הוא מציק, "נכנס לנשמה", הוא דוחה (במראה ובקול)
והוא לא מרפה!

ספק קטן אבל חדשני!

קמפיין "הספק הקטן" קיבל ביטוי ייחודי בכל אחד מאמצעי המדיה.
אבל, שיא הקמפיין הוא במהלך רדיו, שלא נעשה מעולם!

תכנון המדיה



"הספק הקטן" – מהלך אחד כולל

קמפיין "הספק הקטן" כלל:

- תשדיר TV
- קמפיין רדיו חדשני
- מודעות בעיתונות – בעיקר מגזינים
- פעולות שטח

קמפיין TV

קמפיין הטלוויזיה היווה את יריית הפתיחה למהלך, הוא החל כשבועיים לפני יום האיידס הבינלאומי, ונמשך כשבועיים אחריו. כל התשדירים עלו על בסיס מקום פנוי בתקופת המהלך, סה"כ: 368 ספוטים, בערוצים: 24, 9, 10, בקשת וברשת.

שיא המהלך – קמפיין רדיו ייחודי

שיא המהלך התרחש ביום האיידס הבינלאומי :
קמפיין "הספק הקטן" עלה בגרסת רדיו אינטראקטיבית.
הקמפיין שודר בכל תחנות הרדיו בישראל (20 תחנות!),
באופן סימולטני, באותו יום ובאותה דקה!

"הספק הקטן" – "הטוויסט הרדיופוני"

בגרסת הרדיו התווסף לקמפיין אלמנט חדשני:
"ניסיון המלטות" מהספק.

התשדיר הדגים, הלכה למעשה, שלא ניתן להימלט מהספק:
דמות "הספק הקטן" הציקה למאזינים ועודדה אותם להעביר תחנה
(במטרה לנסות להיפטר מהספק).
אבל, גם כשהעבירו תחנה, הם לא יכלו להיפטר מ"הספק הקטן".
הוא שב והופיע גם בתחנה הבאה, והבאה...
(ב- 20 תחנות, בהן שודר התשדיר בו זמנית!)

מדיום "רב ערוצי"

מהלך ייחודי זה חייב שימוש במדיום שיש בו ערוצים רבים, שאפשר לעבור בניהם, אבל, להמשיך לשמוע את אותו המסר.

המדיום היחידי המתאים בישראל הוא הרדיו: יש בישראל 20 תחנות רדיו והתשדיר שודר בו זמנית בכולן!

קמפיין של ספוט אחד בלבד!

תשדיר "הספק" שודר בכל תחנות הרדיו בישראל.

ב- "יום האיידס הבינלאומי" עלה התשדיר בנקודת הזמן,

שבה הרייטינג ברדיו נמצא בשיאו:

07:59 (לפני חדשות השעה 8:00).

מאזיני כל תחנות הרדיו בישראל, בשעה הזו, שהיא המואזנת ביותר -

נחשפו לתשדיר!

אירוע רדיו חד פעמי!

מדובר בשיתוף פעולה ראשון מסוגו :
זו בעצם פעם ראשונה בעולם שכל תחנות הרדיו במדינה משתפות פעולה.
זאת, למרות התחרות בין שלוש הקבוצות
(רדיו קול ישראל, הרדיו האזורי ותחנות גלי צה"ל).

התגייסות יוצאת דופן!

כל תחנות הרדיו בישראל, לא רק ששיתפו פעולה, הן נרתמו למהלך כה חדשני וקיצוני שלמעשה, הזמין את מאזיניהן לעבור תחנה ולעזוב אותן...

ולא רק זה, הן נתנו בהתנדבות את ה"סלוט" של דקה לשמונה בבקר, שהוא ה"סלוט" היקר ביותר שיש להן!

הזדהות ושותפות

באופן טבעי, תחנות הרדיו הרגישו שותפות אדירה למהלך, וקידמו אותו גם ביחסי ציבור, לאורך כל היום בראיונות עם ראשי הוועד, ואייטימים שתיארו את המהלך.

מדיה משלימה : עיתונות ופוסטרים

עיתונות - בעיקר במגזינים מגזריים כגון :
MsUse, ירחון "העיר בוורוד" - הפונים לקהילה הגאה,
"קו האופק" - הפונה לקהילת יוצאי אתיופיה

פוסטרים של "עומק התודעה" - הופצו בשירותים של ברים ובתי קפה
הפונים לקהילה ההומוסקסואלית, בשיתוף עם חברת "אבוט".

גודל התקציב

- תקציב הוועד למלחמה באיידס לפעילות "הספק הקטן" היה : **40,000 שקלים בלבד!**
זהו התקציב השנתי הכולל ל-2009.
- התקציב כלל את קמפיין הרדיו, הטלוויזיה והעיתונות, ופעילות יח"צ וקד"מ
- מרבית העבודה נעשתה בהתנדבות ע"י משרד הפרסום, בית הפוסט, חברת ההפקה והמדיה וכו'.
- משך הזמן אליו מתייחס התקציב : **16.11.2008-15.1.2009**

חלוקת התקציב

תקציב	
₪ 30,000	טלויזיה + עיתונות (כולל הפקה)
₪ 10,000	רדיו (כולל הפקה)

מדיניות הקד"מ

הפעילות הקד"מ התמקדה במקומות הבילוי של קהל המטרה העיקרי: במועדונים, בתי קפה וברים בתל אביב, הופצו 10,000 יחידות "הגלויה של שלי" (הגלויה הופקה והופצה בהתנדבות), עם המסר עשה בדיקת איידס אנונימית ומהירה ותיפטר מהספק.



מסעדות תל-אביב מגייסות תרומות



הוועד למלחמה באיידס
ISRAEL AIDS TASK FORCE

חפשו | חדש | קשר | התנדבות | **בדיקות איידס**

אוכלים באהבה 2008

לציון יום האיידס העולמי שחל ב-1 בדצמבר, יוצאים "זמן מעריב" השת מקומוני מעריב, אתר rest.co.il והוועד למלחמה באיידס בפרייקט משותף לגייס תרומות למען הגברת המודעות למחלת האיידס.

הפרייקט "אוכלים באהבה 2008", מזמין את כולנו לצאת בתאריכים 3-1 לדצמבר (ימים ב"ד") ולאכול במיטב המסעדות בתל אביב כש-10% ממחיר הארוחה מעבר כתרומה ל"וועד למלחמה באיידס".

המסעדות המשתתפות הם: אינדירה, אמלי רסטורן, הטורקלין, לאנטרוקוס, ליברה, קפה הורקמס, הסטילד קטצ' ותרל.

דוד סלמן, סמנכ"ל הסחר והשיווק של "זמן מעריב" "אוכלים באהבה" היא פלטפורמה שתאפשר לקדם את תרבות הפנאי לצד התרומה החשובה למאבק באיידס בישראל. הוועד למלחמה באיידס הוא הארגון המרכזי בארץ שעוסק במניעת המחלה ומסייע לאנשים החיים עמה. ארגון זה מתקיים בעיקר מתרומות ומתנדבים. לצד העלאת המודעות הציבורית לנושא, הרירתמות שלט של rest ושל המסעדות המשתתפות במיזם, טעדה להבטיח את עתיד הפעילות של הוועד ולאפשר לכל אדם בישראל שהנשא חסוב ללבו להפוך לשותף מלא במאבק.

אני מאמץ שאם מתחילים מסורת שנתית וסלי תיקוה שעוד מסעדות בתל א ובכל הארץ יצטרפו אליה בשנה הבאה."

לירון דרור, מנכ"ל rest מסר כי הוא גאה להשתתף בפרייקט 'אוכלים באהבה 2008': "נחלק מתפישת העולם שלם של rest - הצלחתה של חברה נמדדת בעיקר מתחמתה חזרה לקהילה. כולי תקוה שיותר ארגונים עסקיים יפנימו כי תרומה ועזרה לזולת היא השקעה לכל דבר, שאת פותיה קוצרים באופן מידי הן בעזרת עובדי החברה והן בקידום החברה אשר טמנה לערכיה ולא עסקיה במרדף תמידי אחר הגדלת ההון".

יונתן קרני, מנהל הפרייקטים של הוועד למלחמה באיידס: "המיזם 'אוכלים באהבה' טלד בהשראת ה-"dining out for life" שהפך כבר למסורת בארה"ב. פעם בשנה אנשים יוצאים לאכול במיטב המסעדות ונהנים לא רק מארוחת גורמה אלא מכך שבזכות ביקורם

האם נחשפת ל-HIV?
החברה חובת ל-HIV?
תרומות
מפת המסר
חניפה
סיפור
קטלוג
חידושים
חדשות הוועד
מדיניות ואקטיביזם
איידס: סוגיה חמה יבשת
חומרים נוספים לראשיתם מיליון הרוש

לחיים

אוכלים באהבה
הוועד למלחמה באיידס

30.11.2008 ,aidsisrael.org.il *

ניידת לבדיקות איידס במועדוני גייז



אמני האיפור של MAC, ביחד עם פעילי הוועד למלחמה באיידס והשחקנית שרית וינו-אלעד, הגיעו במהלך דצמבר למועדוני גייז בת"א, חילקו לבליינים קונדומים, עלוני הסברה והפנו אותם לניידת בדיקות אנונימיות חינם, שעמדה מחוץ למועדון.

מדיניות היח"צ

יתרונו הגדול של קמפיין חדשני ויוצא דופן, הוא בכמות הגדולה של יחסי הציבור והאזכורים במדיה, שמקבל קמפיין כזה, שמגדיל פי כמה וכמה את החשיפה לקמפיין.

הקמפיין הייחודי זכה לסיקור בכל אמצעי התקשורת!

בזכות הייחוד של תשדיר "הספק הקטן", והשימוש יוצא הדופן ברדיו,
יצר המהלך באז תקשורת אדיר, וזכה המהלך לסיקור וחשיפה בכל
אמצעי התקשורת!
כתוצאה מכך, מספר הנחשפים למהלך היה גדול פי כמה וכמה ממספר
הנחשפים לתשדיר בפועל.

בדיקת איידס בשידור חי "העולם הבוקר" ברשת (3.12.2008)

בדיקת איידס בשידור חי

אברי גלעד והילה קורח, מנחי "העולם הבוקר" ברשת החליטו להיפטר מהספק. בפעם הראשונה בתולדות הטלוויזיה בישראל, בניסיון להעלות את המודעות למחלה ולקרא לציבור לבוא ולהיבדק, עם המנחים בדיקה מהירה לגילוי HIV בשידור חי!

מתן ליבוביץ', מנהל מרכז הבדיקות האמנימיות של הוועד למלחמה באיידס, אשר ערך לאברי ולהילה את הבדיקות, הסביר לעצמים מהי בדיקת איידס מהירה, מה קורה במידה והתשובה מתקבלת כחיובית וקרא לציבור לבוא ולהיבדק.

מתן קלימי תקשורת במקומנו, מתנדב בוועד למלחמה באיידס החל משנת 2005. בשנת 2007 הצטרף לעוז המקצועי של הוועד כמנהל מרכז הבדיקות האמנימיות. הוביל תהליכי שיפור וייעול השירות והפך את מרכז הבדיקות לאחד המובילים ואמניים בתחומו. מלווה במסירות רבה אנשים שמתגלו במרכז כמטאי HIV.

הוועד למלחמה באיידס מודה להילה ולאברי, ולכל צוות תוכנית הבוקר, על האומץ ועל הדגמה האישית!

קיימתם סקס לא מוגן והספק מציק לכם מאד? בואו להיבדק ל-HIV.

הבדיקה במרכזי הבדיקות של הוועד היא אמנימית ובליו יועץ אישי לכל נבדק. מתן לקבל את התמאה תוך חצי שעה.

ראו גם
לצפייה ב"העולם הבוקר",
לחיצו נספו על בדיקות





aidsisrael.org.il *

בארץ

יום האיידס הבינלאומי: 33 מיליון נשאי HIV

מאת נעמה סלמור, מערכת וואלה חדשות
יום שני, 1 בדצמבר 2008 07:00

שתף:

בישראל חיים יותר מ-4,000 חולים ונשאים, ועל פי הערכות, עוד כ-1,700 נשאים אינם רשומים. קמפיין חדש יעורר את המודעות למחלה

תמונת איידס. יום האיידס הבינלאומי. hiv



"בדיקות דם לגילוי נגיף ה-HIV מבוצעות חינם לזר
דורש במלואת קהילות ובמרכזי האיידס" (ג'יסטים)
(Shutterstock)

על פי נתוני ארגון הבריאות העולמי לשנת 2007 חיים בעולם כ-33 מיליון איש עם נגיף ה-HIV. בשנת 2007 נדבקו באיידס כ-2.7 מיליון איש ונפטרו מהמחלה כ-2 מיליון איש משנת 1981 ועד לסוף שנת 2007 התגלו בישראל למעלה מ-5,300 מקרים חדשים של נשאי HIV וחולי איידס. על פי נתוני משרד הבריאות במהלך התקופה הזו מתו בארץ כ-1,100 חולים. נכון לסוף שנת 2007 רשומים במשרד הבריאות 4,239 אנשים החיים עם נגיף האיידס בישראל. אך למרות הנתון הרשמי, במשרד הבריאות מעריכים כי בישראל ישנם עוד למעלה מ-1,700 חולים או נשאים נוספים שאינם רשומים.

"בדיקות דם לגילוי נגיף ה-HIV מבוצעות חינם לכל דורש במרפאות קהילתיות ובמרכזי האיידס", מדגישים במחלקה לשיקום איידס במשרד הבריאות. "בנוסף, בישראל פועלים שכניה מרכזיים לאבחון, ייעוץ וטיפול במשאי HIV וחולי איידס". ישראל נחשבת בין המתקדמות בעולם המערבי בסל השירותים והתרופות למשאי HIV וחולי איידס. במהלך חודש דצמבר הקרוב יאודר סרטון המלווה את הקמפיין בערצ'י הסלזיה השונים.

עמוד ראשי

מבזקים

< פוליטי מדיני

צבא וביטחון

בארץ

משפט ופליטים

חינוך

בריאות

חברה

< בעולם

ירוק

מיוחד

דעות

< וידאו

< כלכלה ועסקים

< ספורט

< תרבות ובידור

תחשבים ואינטרנט

סלובס

תמונת היום

קריקטורה יומית

מדג אוויר

הורוסקופ

לוח

דוחו לנו

"walla.co.il" (1.12.08)



שבת	ארבע	לסאורה: סיפורה סגנית מנהלת התיכון, חנה דלמיצו, "היא החלה לצאת עם בחור, וחשבה שהיא במערכת יחסים ציבה. הם החלו לקיים יחסי מין עם קונדום, ולאחר זמן מה הפסיקו להשתמש בו. היא הסכימה לכך כי היא חשבה שיש לה בן זוג קבוע, אך נדבקה במחלה."
אחת	שני	י סיפורה לתלמידים כי היא נקשת מטופלת ב"קקטייל" הרפואי, אבל החברה לא מבינה שהיא חולה במחלה כרונית, ולא סופגת "היא שיתפה אותנו בנידוי שעבר עליה- מהבית, מהחברים ומהחברה כולה."
צ'יאו	אחת	קודם לכן עברו על התלמידים סדנאות הננה להרצאה, שהועברו על ידי פעילי הוועד למלחמה באיידס, שהסבירו על המחלה עצמה והתפשטותה בעולם.
אחת	שני	גם במרכז הבינתחומי הרצליה ציינו את היום, על ידי מתן האפשרות לסטודנטים לעבור בדיקות איידס בקמפוס המכללה.
אחת	שני	אחיות של בית החולים "בלינסון" בפתח תקווה הגיעו, ובמהלך היום, וכן גם מחר ומחרתיים (שלישי ורביעי) אפשרו לסטודנטים להיבדק.
אחת	שני	מבצע דומה נערך גם בשנה שעברה במכללה, אז הודיעו כי אין אחד מהסטודנטים לא נמצא משא המחלה.

אזור	קריית מלון	חשכה	שישי	יחוליים	מרכז	ספלה	דרום	גב וערבה	עכו
ער	הדר השרון	הרצליה	חדרה	שמרית המצודה	כפר סבא	נסה	רמת השרון	רמת השרון	רמת השרון

הוד השרון

מדינת ישראל • נדל • נכונות • ניהול • פנאי • תרבות ופנאי

מציינים את יום האיידס הבינלאומי

בתיכון רמון בהוד השרון ציינו את היום החשוב בהרצאתה של י נשאת איידס ששוחחה עם התלמידים על חשיבות המודעות למחלה. במרכז הבינתחומי בהרצליה יערכו בדיקות ללא תשלום

נסעו לביטטוק 05 15.58.01.12.08

יום האיידס הבינלאומי נמנץ היום ברחבי הארץ, גם לחשיבות הכניס והחינוכים בערי השרון הגיעו פעילי הוועד למלחמה באיידס על מנת להגביר את המודעות בקרב בני המער

בתיכון עד שם אלק רמון בהוד השרון החליטו לקחת את הנושא צעד אחד קדימה, והביאו לקיבוץ את י נשאת מחלת האיידס, שהרצתה בפני התלמידים י (34) הגיעה בקסם הראשונה לאחת על מחלתה, עליה גילתה בגיל 25. בסני תלמידים

"הא הפריכה את כל הדעות הקדומות. היא בחרה מרמטיבית לא נמסעת בשיאם קבועת סימן

חיתוך

יום האיידס, ציון בהדר השרון והרצליה

תזכורת שירותי החינוך המטובקקות ביותר

מאתר השרון אזור על ערבים למידע סקס וגיבוע

קניות וצפון חופה שרון ירושלים

דמוס אופנת www.ofek1.com המרכז הכול ביטוח המרות מנוב ביטוח 11/25 1000 נייר

עיריית הוד השרון

"mynet.co.il" (1.12.08)



בהתנדבות מלאה של כל אנשי הצוות, התגייסו משרד הפרסום שלמור אבנון עמיחי Y&R, חברת ההפקה P.O.V ובית הפוסט גראבטי על מנת ליצור סרטון שימחיש את הספק הטורדני. הסרט מציג יום בחייו של בחור לאחר שקיים סקס לא מוגן. ספק טורדני שטלד מיד בבקר שאחרי מלפז את הבחור ולא מרפה ממנו. הסרט נסגר בשורה: בכל פעם שאתה עושה סקס לא מוגן טלד ספק קטן. תיפטר מהספק, עשה בדיקה מהירה ואנונימית בוועד למלחמה באידס. הסרט שמצטיין באיכויות הפקה ברמה הגבוהה ביותר מצר בתהליך מורכב בו דמות הספק צולמה בנפרד מהסצנות ונשתלה בהן מאוחר יותר בתהליך קימפוז מסובך בכדי שהתוכחות שלה תראה טבעית בכל סצנה. על איפור והלבשת דמות הספק אחראית רקפת לוי שגרתמה לעניין וצרה תלבושת מיוחדת ומסכה מקורית.

בסוף שנת 2008 חיים במדינת ישראל כ-6000 בני אדם שנתגלו כנשאי HIV. מספר זה כולל אך ורק את המקרים הידועים למערכת הבריאות. על פי ההערכות של הוועד מספר הנשאים שלא נתגלו - גדול בהרבה. מחקר הוכיח כי הרוב המוחלט של ההדבקות הוא על ידי אנשים אשר אינם יודעים את סטאטוס ה-HIV שלהם, ואינם מטופלים בתרופות. לפיכך, משקיע הוועד בקריאה לציבור לבוא להיבדק ובהפעלת מרכזים לבדיקות אנונימיות בתל אביב, בבאר שבע ובאתרים מסופים אליהם יוצא צוות מרכז הבדיקות. במרכזים אלו, כל אדם החפץ לעבור בדיקה לגילוי HIV, יכול לעשות זאת מבלי הצורך להזדהות ולמסור פרטים מזהים, ובכך לשמור על האנונימיות שלו. שמירה על האנונימיות לצד קבלת תוצאת הבדיקה במקום לאחר המתנה של 30 דקות בלבד! פותחת את מערכת הפחדים שמלווים את האנשים לפני בדיקת אידס.

ד"ר גדעון הירש, מנכ"ל הוועד למלחמה באידס: "החרדה הכחכה בהמתנה האחכה לתוצאות הבדיקה היא אחת הסיבות המונעות מאנשים רבים להיפטר מהספק ולעשות בדיקת אידס. מזה שנתיים מוצעת בוועד למלחמה באידס בדיקה מהירה

הוועד למלחמה באידס
ISRAEL AIDS TASK FORCE

רוצה להיפטר מהספק?

לציון יום האידס העולמי 2008, עולה הוועד למלחמה באידס עם קמפיין חדש לעידוד בדיקות. הקמפיין אשר טועד להעלות את המודעות בקרב הציבור הרחב, עושה שימוש במכלול החששות המלווים כל אדם באשר לאפשרות שנדבק באידס בעת שקיים סקס לא מוגן.



(19.11.08) "aidsisrael.org.il"



שלמור אבנון עמיחי | Y&R באהבה

ראשי

ועדה אקדמית

תרבות

קמפוס

חברתי

תומך למידה

שירותים וסוגות

אגודת הסטודנטים בטכניון

חיפוש... Q

מדע לסטודנטים חדשים | יחידת הספורט | פקטור | דובר האגודה | נשיאות | הנעלה | ועדה | מכרזים | עדכון אס"ט

Home | ראשי | דובר האגודה | בדיקות HIV בטכניון

בדיקות HIV בטכניון

Monday, 30 November 2009 16:18

אדיר - רכז תוכן | האגודה - דובר האגודה

ב-1 בדצמבר יצוין ברחבי הגלובוס יום האיידס העולמי. יום זה מוקדש להעלאת המודעות ל-HIV/איידס, הדרכים להאט התפשטות המגיפה בעולם ולניפוץ הסייגמה סביב החיים עם HIV.

מדי יום מתגלים בעולם למעלה מ-7400 בני אדם שנדבקו ב-HIV. בממוצע, לפחות אחד מהם – ישראלי. מאז שנת 1981 התגלו בישראל כ-6000 נשאי HIV. על פי הערכות הוועד למלחמה באיידס המספר האמיתי של נשאי הנגיף בישראל גבוה בהרבה מאחר וקרוב ל-70 אחוז מתושבי המדינה מעולם לא נבדקו.

איידס יכול לגרום למוות אם לא מטפלים בו אך כדי לטפל בו צריך קודם לדעת אם אתם נושאים את הנגיף. הדרך היחידה לדעת את זה היא באמצעות בדיקת HIV, ולא, תרומת דם היא לא תחליף לבדיקה וגם בדיקות דם כלליות בקופת חולים לא נותנות מידע לגבי העניין אלא אם ביקשתם מפורשות מהרופא להוסיף בדיקה לגילוי נוגדנים ל-HIV.

תפריט

- פורומים
- דרושים
- גלריית תמונות
- אתרים פקולטיים

אגודת הסטודנטים בטכניון
 "asat.org.il" (30.11.08)



המהלך החדשני זכה בפרסים בינלאומיים,
הזכיות שסוקרו בתקשורת תרמו להגדלת את החשיפה
של הועד למלחמה באיידס.
הנושא הופיע בתקשורת שוב ושוב, והוועד נהנה מחשיפה חינם.



The One Show (NY)



הוועד למלחמה באיידס
ISRAEL AIDS TASK FORCE

חיפוש

חדש | קשר | התנדבות | **בדיקות איידס**

פרס יוקרתי לקמפיין הוועד

תשדיר הרדיו ששודר ביום האיידס העולמי במסגרת קמפיין להעלאת המודעות של הוועד למלחמה באיידס זכה להכרה עולמית בתחרות הפרסום הבינלאומית "The One Show".

מדובר בזכייה ישראלית ראשונה בתחרות היקרתית שנערכת מזה 34 שנים ונחשבת לאחת משלוש התחרויות החשובות בעולם. הקמפיין ששודר בו זמנית בכל תחנות הרדיו בישראל, עשה היסטוריה רדיפוזנט והעלה ב-41% את מספר הנבדקים במרכזי הבדיקות האנונימיות של הוועד למלחמה באיידס.

יונתן קרני, מנכ"ל הוועד למלחמה באיידס: "אני מבקש להודות למשרד הפרסום "שלמור אבנון עמיחי" אשר מלווים את הוועד בהתנדבות כבר מספר שנים קולעים בכל פעם. קמפיין הספק שיצרו עבורנו כלל תשדיר רדיו, סרטון טלוויזיה ומודעות בעיתונות שזכו להדים רבים מעמיתים בעולם. בזכות הקמפיין הצלחנו לערר מודעות ולעלות באופן חסר תקדים את מספר האנשים בישראל שנהגים בצורה אחראית ומגיעים להיבדק. תודה עמקית מגיעה לכל תחנות הרדיו בארץ שהתגייסו לשיתוף פעולה חשוב זה ושמו את ההסברה הישראלית על המפה העולמית".

לפרטים מלאים על הקמפיין ולידיעה שהתפרסמה בפורטל "אייס", אנא השתמשו בקישור **שבתחתית המסך.**

מנהל קראייטיב ראשי: **גדעון עמיחי**. סמנכ"ל קראייטיב: **צור גולן**. ראש צוות קראייטיב: **עמית גל**. קופירייטר: **גבע כוכבא**. ארט דירקטור: **רן קורי**. מנהל לקוחות: **אדם אבנון**. סופרווייזר: **שירן חן**. תקציבאית: **גליה אשרי**.

- האם נחשפתי ל-HIV?
- תשובה חיובית ל-HIV
- תדומות
- מפת האתר
- מניעה
- טיפול
- קהילה
- מידע
- אודות הוועד
- מדיניות ואקטיביזם
- בדיקות HIV
- גלריית
- חדשות
- ארחים
- מזרם (בשיתוף Ynet)
- RSS XML

New-York Festival

הקמפיין של שלמור-אבנון-עמיחי לוועד למלחמה באידס זכה ב-3 מדליות בפסטיבל ניו-יורק

קמפיין "הספק" היה הפעם הראשונה בה התקיים בישראל אירוע רדיו ששודר בו-זמנית בכל תחנות הרדיו במדינה. הקמפיין זכה גם בתחרות הפרסום ONE SHOW והיה גם פיליסט בתחרות הקליאו

18.06.2009 18:45 שיתוף בלוג

גלובס

TradeOne **גלובס**

מפרסות מידע לשיק ההון וניתוחים בזמן אמת

עקבו אחרינו בטוויטר הצטרפו אלנו בפייסבוק

קבלו ניחלטים והתראות SMS

ועדת ישראל למד"ן 2010 - הירשמו נכשין

נושאים: הוועד למלחמה באידס, משרד פרסום, פסטיבל הפרסום בניו יורק, פרסום ברדיו, קמפיין שלמור אבנון עמיחי

מספר שא של מדליות למשרד ישראלי בפסטיבל ניו-יורק 2009. משרד הפרסום שלמור-אבנון-עמיחי Y&R גרף 4 מדליות בפסטיבל. מדליות זהב, שתי מדליות כסף ומדלית ארד.

קמפיין "הספק" של הוועד למלחמה באידס, בשיתוף כל תחנות הרדיו בישראל, הוא הזוכה הגדול, עם 3 מדליות.

"הספק" הוא גם הקמפיין הישראלי הראשון שזכה בתחרות ONE SHOW והיה גם פיליסט בתחרות הקליאו קמפיין "סאונד" לקול ישראל, זכה במדלית ארד בתחום הרדיו.

זונתן קרני, מנכ"ל הוועד למלחמה באידס, מסר כי "הרווח האמיתי של הקמפיין הוא שהצלחנו לעורר מודעות ציבורית לנושא העלות באופן חסר תקדים את מספר האנשים בישראל שנוהגים בצורה אחרת ומגיעים להיבדק".

קמפיין "הספק" היה הפעם הראשונה בישראל בה התקיים אירוע רדיו, ששודר בו-זמנית בכל תחנות הרדיו במדינה. הקמפיין שודר בכל תחנות קול ישראל, בכל תחנות הרדיו האזורי ובכל תחנות גלי צה"ל.

"גלובס" (18.6.09)



Cannes Festival 2009

פסטיבל הפרסום בקאן ממשיך להיות מוצלח למשלחת הישראלית. פרס האריה הוא הזיקרת ביותר בעולם הפרסום ובתחרות זו משתתפים משרדי פרסום גדולים מכל העולם.

אתמול (ג') בערב הוענקו 6 אריות למשרדי הפרסום הישראלים, בקטגוריה השימוש הטוב ביותר במדיה, בקטגוריה זו הוגשו בקטגוריית המדיה 1880 עבודות מ-68 מדינות.

משרד הפרסום שלמור-אבנון-עמיחי וחברת האינטראקטיב שלו Y&R אשר זוכים להצלחה הרבה השנה נבטקס אתמול זכה ב-4 אריות. אריה כסף לקמפיין קולגייט באינטרנט, 2 אריות ארד למשרד על תשדיר הרדיו למען המאבק באיידס ותשדיר 'הספק' תשדיר רדיו שעלה בו זמנית בכל התחנות. האריה הארד ה-4 הוענק לו על קמפיין האינטרנט של אורנג'-מיני סיטי.

עבור שלמור ו-Y&R אינטראקטיב זוהי שנה שנייה ברציפות של זכיות בפסטיבל קאן. בשנה שעברה זכה המשרד ב-5 אריות, אחד מהם אריה זהב עבור הקמפיין להדממת האינטרנט ביום השנה לחטופים.

בנוסף לשלמור זכו שני המשרדים אדלר-חומסקי ושמעוני פנקלשטיין כל אחד במדליית ארד. אחת זאדלר חומסקי זכו באריה ארד עבור קמפיין '72 שעות של 'צ'מפיון מוטורס', עבור אדלר-חומסקי זוהי מדליית אריה שנייה, לפני ארבע שנים זכה יחד עם פוקטראגמבל בגראנד פרי.

משרד הפרסום, שמעוני פנקלשטיין, זוכה בפעם השנייה בתולדותיו באריה, הוא גם היה הראשון שזכה באריה מזהב לפני שנתיים עבור קמפיין התנדבותי שיצר לעמותת מאור פנים, השנה זכה באריה ארד, עבור הקמפיין להצלת רף האלמוגים באילת, קמפיין 'בית קברות', בקמפיין זה הכניס המשרד מצבות לתוך המים, כדי להמחיש את מותם של האלמוגים מזיהום.

היום (ד') צפויה להתפרסם רשימת הפינליסטים לקטגוריה הנחשבת ביותר - קטגוריית הסרטים וקטגוריית האינטרנט.

פרסום

להרוויח מהכית עם etrader
כאן למחיר באופציות. 70% תשואה בשנה! הצטרף היום תכל הדרכה אישית בהשקעות
www.etrader.co.il

כדור נדל"ן למניעה מהשכרה
סוכן מקומי נדל"ן עיסוקי ברחבי הארץ. מכירה ישירה ללא תיווך באזור פוק
www.Bezac.co.il/naadlan

תיק השקעות -30% תשואה
השקעות במניות פחורות, מדדים ומט"ח מהח"ים לתת לך יוקר - ברוט אוטו!
invest23.co.il

מדינת Google

The screenshot shows the Bizportal website interface. At the top, there's a navigation bar with the Bizportal logo and various menu items. Below that, there's a search bar and several icons representing different services. The main content area features a large banner with the text "בכל זמן" (At all times) and a photograph of a man working on a laptop. Below the banner, there's a news article titled "פסטיבל קאן: המשלחת הישראלית ממשיכה לזכות במדליה" (Cannes Festival: The Israeli delegation continues to win medals). The article text is partially visible, mentioning that 6 medals were awarded to Israeli agencies, including a silver medal for Y&R's campaign. To the right of the article is a logo for "CANNES LIONS" with the dates "11-17 JUNE 2009". At the bottom of the page, there are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, along with a mobile phone icon and a logo for "M".

”Bizportal” (24.6.09)



The Grand LIA Award

כלכליסט

ראשי | 24/7 | באוז | השוק | מניות | תעודות סל | קרנות | נדל"ן | טכנולוגי | משפט | פי"ש | בארץ | ע

פרסום | שיווק | מדיה | מדברים עליהם | הבריק | מאחורי הקלעים | ועידות כלכליסט

זוכה ישראלי ראשון ב-Grand Lia

שלמור אבנון עמיחי זכו בפרס הפרסום של פסטיבל לונדון הבינלאומי עם קמפיין הוועד למלחמה באיידס

מיכל תוסייה כהן
15:13.08.11.09

מני לעיתון | אפליקציות דור 3 | טוויטר | מבזקי SMS

קמפיין הרדיו של הוועד למלחמה באיידס של משרד הפרסום שלמור אבנון עמיחי זכה בפרס ה-Grand Lia בפסטיבל הפרסום של לונדון London International Awards התחרות שהתקיימה בשבוע שעבר. היא אחת משלוש תחרויות הפרסום החשובות בעולם, בעד פסטיבל קאן ותחרות ה-Clio. Grand Lia מוענק לעבודות שמגדירות מחדש את השימוש במדיום הפרסומי. זוהי הפעם הראשונה שמשרד פרסום ישראלי זוכה בפרס, המחולק מאז 1986. מלבד שלמור אבנון עמיחי חולק הפרס השנה לעוד שלוש עבודות מתוך כ-13 אלף מועמדים מ-78 מדינות שנגמשו לתחרות. שם הקמפיין הזוכה "הספק", והוא שודר סימולטנית בתחנות הרדיו בישראל בדצמבר 2008. בתשדיר אמר למאזינים שגם אם יעבירו תחנה, הם לא יוכלו להימלט מהספק שנדבקו באיידס. וכך מי שעבר תחנה שמע את אותו התשדיר.

תגיות קשורות לכתבה

- קמפיין
- שלמור אבנון עמיחי
- רדיו
- האגודה למלחמה באיידס
- גראנד ליה

בחירת העורכים

"כלכליסט" (8.11.09)



שלמור אבנון עמיחי | Y&R באהבה

nrg מעריב

ראשי | חדשות | כלכלה | ספורט | תרבות | סגנון ופנאי | בריאות

12:51:29 - יום ג', ט' באדר תש"ע, 23/02/2010 מבזקים פוליטי/מדיני צבא וביטחון בארץ בעולם תברה ירוק יהדות

ראשי « חדשות » ברנד'ה « פרסום ושיווק

פרס בריטי לקמפיין הרדיופוני של "הספק"

קמפיין "הספק" נגד איידס של שלמור אבנון עמיחי זכה ב-Grand LIA , פרס הניתן לעבודות המגדירות מחדש את השימוש במדיום

חני יודל | 8/11/2009 12:16



משרד הפרסום שלמור אבנון עמיחי זכה בפרס הראשי בתחרות בפסטיבל הפרסום בלונדון על קמפיין "הספק". הפרס, שנקרא Grand LIA, מוענק לעבודות יוצאות דופן, המגדירות מחדש את השימוש במדיום הפרסומי.

שלמור אבנון עמיחי זכה בפרס עבור קמפיין הרדיו שהופק עבור הוועד למלחמה באיידס, בשיתוף תחנות הרדיו בישראל. מדובר בפרס ה- Grand LIA הראשון בו זוכה משרד פרסום ישראלי.



”nrg.co.il” (8.11.09)



שלמור אבנון עמיחי | Y&R באהבה

ראיון בערוץ 2 בעקבות הזכייה
ב-The Grand LIA Award



יעדים כמותיים של מהלך הפרסום

הוועד למלחמה באיידס לא ערך מחקר לבדיקת מודעות ותפיסות לגבי מחלת האיידס, לפני ואחרי המהלך. במהלך זה, המטרה הייתה להגדיל את מספר בדיקות האיידס, וזהו הנתון היחיד שעליו יש מעקב.

5. סיכונים בתהליך ודרך הטיפול בהם

הסיכון – האמנם הספק יכול לחולל שינוי?...?

המהלך כולו מבוסס על "הספק" כמניע לשינוי התנהגות.
התבססות על הספק בלבד העלתה 2 סיכונים:
1. האמנם אנשים באמת מוטרדים מהספק?
2. האם "ספק" מסוגל לחולל שינוי התנהגות?

הסיכון – שיתוף פעולה קריטי של המדיה

מדובר במהלך מורכב ביותר, המבוסס שיתוף פעולה של כל תחנות הרדיו.
חוסר שיתוף פעולה, אפילו מצד תחנה אחת, היה מפיל את המהלך כולו.

סיכון מישני – של קמפיין הרדיו: "כל הביצים בסל אחד"

העובדה ש"מרכז הכובד" של המהלך היה בתשדיר רדיו, שעלה בספוט אחד בלבד (!), במהלך יום אחד בלבד (!), העלתה את הסיכון כי התשדיר לא יגיע לקהל הרלוונטי.

הסיכון השתלם!

הספק "עבד", כל תחנות הרדיו נרתמו למען המטרה החשובה, והחדשנות והייחוד של המהלך האפילו על הכול:
המהלך זכה לסיקור תקשורתי אדיר, בישראל ובעולם, שהעלה במאות אחוזים את מספר הנחשפים לקמפיין.

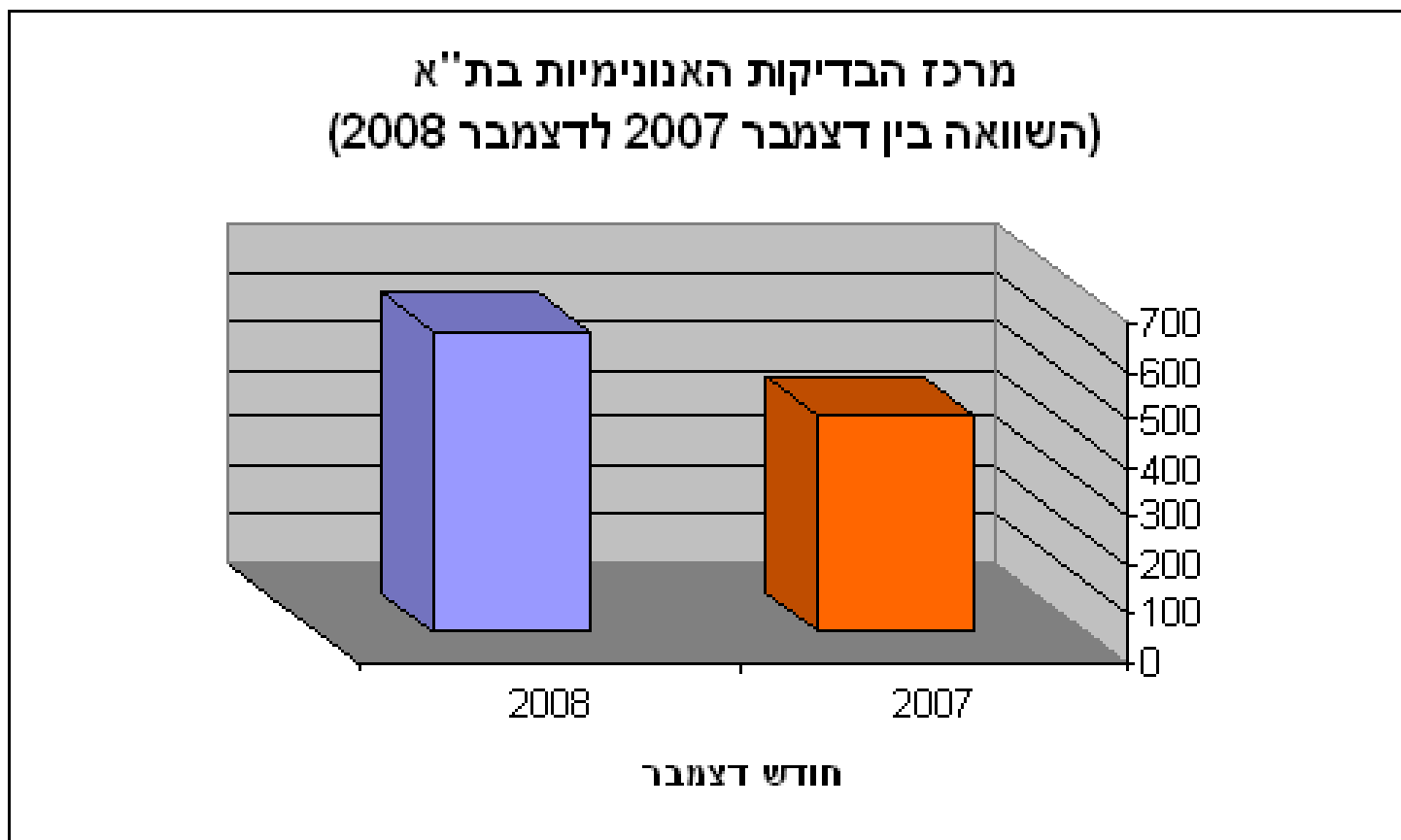
6. תוצאות המהלך ולקחים שיווקיים

הצלחה אדירה!



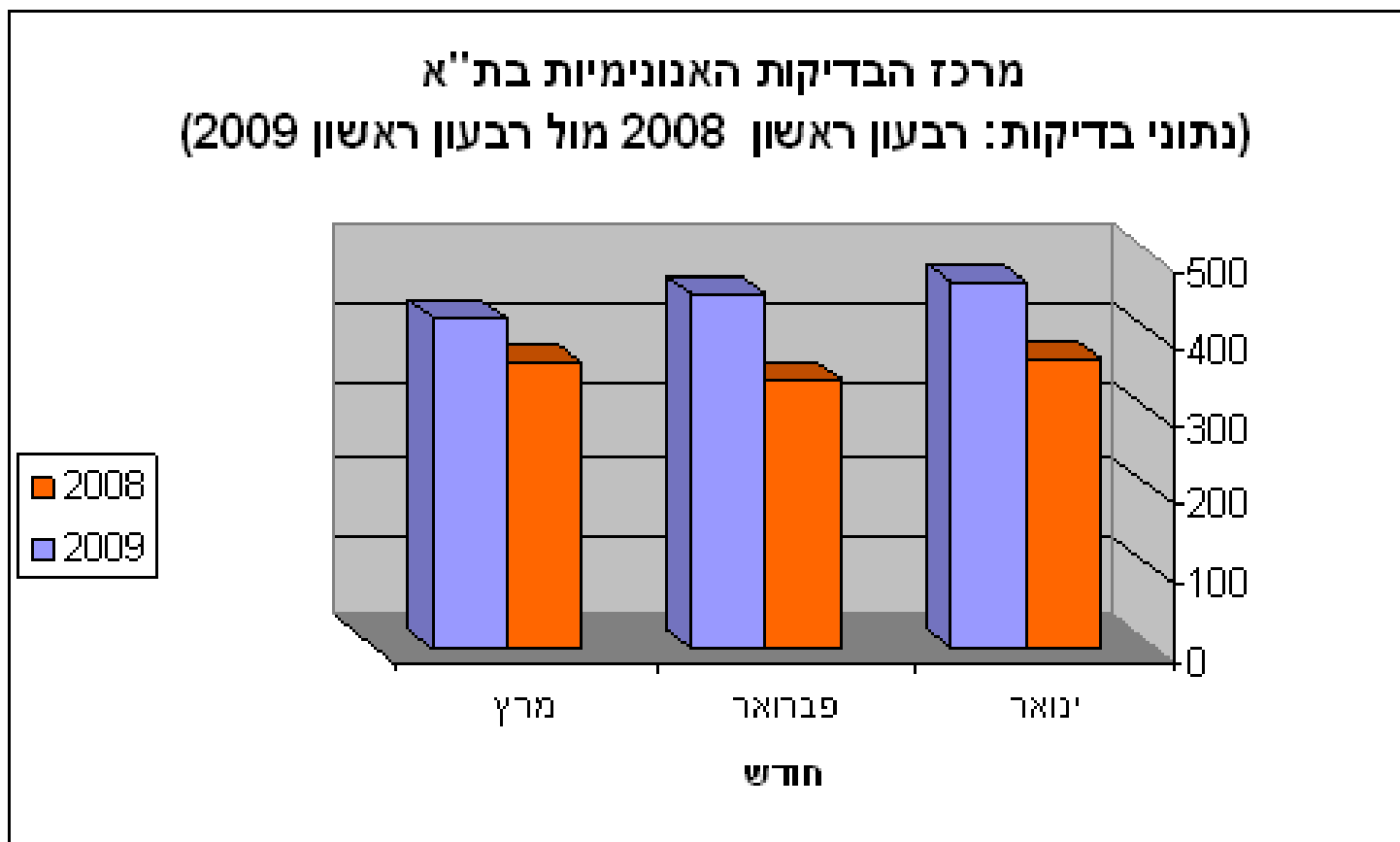
עלייה של 41%

במספר הנבדקים בחודש דצמבר
(חודש "יום האיידס הבינלאומי")



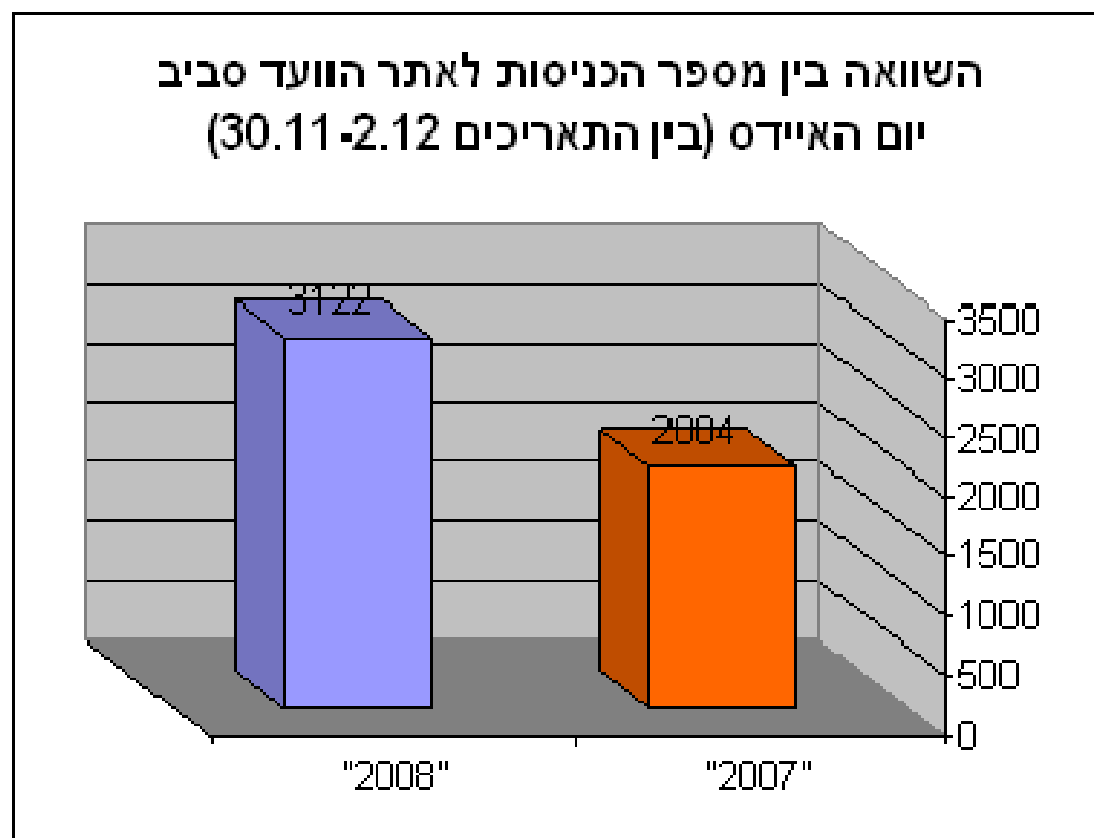
* המספר מתייחס לנבדקים במרכז הוועד למלחמה באיידס, הפועל בתל-אביב בלבד. לא ניתן לקבל נתונים על מספר הנבדקים הכלל ארצית, בשל חיסיון המדינה על פרסום הנתון.

ובהמשך - עלייה של 24.5% האימפקט ממשיך הרבה מעבר לחודש האיידס הבינלאומי! ברבעון ראשון ב-2009 מול רבעון ראשון ב-2008



* המספר מתייחס לנבדקים במרכז הוועד למלחמה באיידס, הפועל בתל-אביב בלבד. לא ניתן לקבל נתונים על מספר הנבדקים הכלל ארצית, בשל חיסיון המדינה על פרסום הנתון.

עלייה 56% בכמות הכניסות לאתר הוועד!



31% מאוכלוסיית מדינת ישראל נחשפו לתשדיר!

TGI - שיעור המאזינים לרדיו בכל התחנות בשעה 8 בבוקר



שלמור אבנון עמיחי | Y&R באהבה

שיא במספר הנבדקים בחודש דצמבר! וגידול שנתי מעל המצופה

תוצאות רבעון ראשון 2009	תוצאות חודש דצמבר 2008	יעד	
+24%	+41%	+15%	מספר הנבדקים (במרכז הוועד)*

* הנתונים מתייחסים לנבדקים במרכז הוועד למלחמה באיידס, הפועל בתל-אביב בלבד. לא ניתן לקבל נתונים על מספר הנבדקים הכלל ארצית, בשל חיסיון המדינה על פרסום הנתון.

סיכום : ספק קטן – מהלך גדול!

מטרת הוועד למלחמה באיידס הייתה לשבור את האדישות, שהתפתחה בשנים האחרונות ביחס למחלת האיידס, להעלות מחדש את תפיסת האיום ולהניע אנשים ללכת להיבדק.

כדי "לנער" את קהל המטרה, נדרש מהלך בולט וחדשני.

קמפיין ייחודי ושיתוף פעולה מדהים בין כל תחנות הרדיו בישראל איפשר להמחיש, הלכה למעשה, את המסר :

**בכל פעם שאתה עושה סקס לא מוגן, נולד ספק קטן,
שאי אפשר להימלט ממנו! עשה בדיקת איידס ותיפטר מהספק!**

**”אני מודה מקרב לב לכל תחנות הרדיו בישראל,
שמוכיחות את עצמתו של הרדיו
ויכולתו לעשות היסטוריה במלחמה באיידס, בצורה יוצאת דופן”**

גדעון הירש ז"ל
מנכ"ל הועד למלחמה באיידס לשעבר



נספחים



שמות החומרים הפרסומיים :

- שם פרסומת הטלויזיה: "הספק הקטן" - הוועד למלחמה באיידס
- שם תשדיר הרדיו: "הספק הקטן" - הוועד למלחמה באיידס
- שם המודעה: "הספק הקטן" - הוועד למלחמה באיידס
- פרסום גרילה ("לעומק התודעה"): "הספק הקטן" - הוועד למלחמה באיידס
- קד"מ ("הגלויות של שלי"): "הספק הקטן" - הוועד למלחמה באיידס

פרטי המועמד :

שם החברה המפרסמת: "הוועד למלחמה באיידס"
שם המותג או המוצר: "הוועד למלחמה באיידס" – בדיקות איידס
המהלך השיווקי-עסקי: "הספק הקטן"
הקטגוריה: מלכ"רים, מגזר ציבורי ואחריות חברתית

שם משרד הפרסום: "שלמור אבנון עמיחי / Y&R"
מתי החל המהלך השיווקי ומתי הסתיים: 16.11.2008-15.1.2009

