

Adv AI via la campagna #TienilaTestasulCollo, la firma creativa è a cura di Gas Communication

Prende avvio oggi in Italia #TienilaTestasulCollo, edizione nazionale della campagna europea **Make Sense Campaign** 2021 di sensibilizzazione dedicata a promuovere la diagnosi precoce dei tumori testa - collo, realizzata con il supporto incondizionato di **Merck**. La quarta edizione, che si svolge dal 20 al 24 settembre, è stata ideata e realizzata, per il quarto anno consecutivo, da Gas Communication, agenzia di Media Relations e PR specializzata nella comunicazione in ambito salute, parte di AIM Communication, incaricata da **AIOCC (Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica)**. "Ignorare i sintomi, non cancella il problema. Nei tumori testa collo un controllo può salvarti la vita", questo il claim della campagna che ha una chiara call to action con un visual dal forte impatto: la foto di un volto strappata a

A causa della pandemia, anche quest'anno la comunicazione sarà esclusivamente digitale: allestiti una "clinica virtuale" sul portale web dedicato e un'attività social, oltre alla conferenza in streaming

metà longitudinalmente, a indicare che volersi girare dall'altra parte, far finta di non vedere i sintomi, non risolve il problema, che invece deve essere affrontato con la diagnosi precoce. L'hashtag già usato nelle scorse edizioni #tienilatestasulcollo è confermato e invita metaforicamente a essere responsabili e al contempo a prendersi cura della propria testa e collo. A causa della pandemia, anche quest'anno la campagna sarà esclu-

sivamente digitale. È stata quindi allestita una "clinica virtuale" sul portale web dedicato www.tienilatestasulcollo.aiocc.it dove è possibile prenotare video consulto online gratuiti con i medici dei centri specialistici italiani. A rafforzare il messaggio, sul sito sono pubblicate anche tre brevi video interviste di testimonianza a pazienti curati per un tumore testa-collo, tra cui il senatore Massimo Ferro. Il progetto di comunicazione integrata include una campagna sui social media, attraverso i profili di **AIOCC**, l'ideazione creativa della campagna e dei correlati materiali grafici (veicolati anche nei centri medici specializzati), l'organizzazione di una conferenza stampa di lancio presso il Senato della Repubblica, trasmessa in streaming live il 16 settembre, e l'attività di ufficio stampa.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

