

touch  
point!  
CREATIVITY & BUSINESS

TODAY

21 Settembre 2021 | n° 159

NELL'AMBITO DELL'ADV EUROPEA "MAKE SENSE", AIOCC HA CONFERMATO L'AGENZIA PER IL QUARTO ANNO CONSECUTIVO

## AL VIA LA CAMPAGNA INTEGRATA #TIENILATESTASULCOLLO. FIRMA GAS COMMUNICATION

Ha preso il via ieri 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 salvarvi la vita», questo il claim della campagna di comunicazione che ha una chiara call to action con un visual dal forte impatto: la foto di un volto strappata a 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 esclusivamente digitale. È stata quindi allestita una "clinica virtuale" sul portale web dedicato [www.tienilatestasulcollo.aiocc.it](http://www.tienilatestasulcollo.aiocc.it) dove è possibile prenotare video consulti online gratuiti con i medici dei centri specialistici

italiani, a disposizione per offrire informazioni e indicazioni utili con l'obiettivo di arrivare a una eventuale diagnosi tempestiva, come è accaduto nelle scorse edizioni della campagna che hanno consentito di individuare diversi casi in fase precoce. Sulla piattaforma gli utenti possono valutare la gravità dei propri sintomi compilando un semplice questionario anonimo che, se necessario, indirizzerà l'utente a un video consulto con lo specialista, oppure al centro specializzato più vicino per approfondimenti.



#tienilatestasulcollo MAKESENSECAMPAIGN



A rafforzare il messaggio, sul sito sono pubblicate anche tre brevi video interviste di testimonianza a tre 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. «Siamo molto felici di poter supportare ancora una volta **AIOCC** nella declinazione di questa campagna di sensibilizzazione internazionale in Italia - commenta **Giuliana Goggi**, AD di Gas Communication -. Per il secondo anno, a causa della pandemia, abbiamo dovuto limitare la campagna all'ambiente digitale, ma la strategia creativa e il mix di canali e azioni messe in campo ci ha consentito di proporre in modo efficace ai media, ai medici e ai cittadini i messaggi di prevenzione sui tumori testa-collo e gli strumenti per un primo approccio di consulenza medica online. Un'intesa perfetta tra i team di creativi, media relation e digital, un lavoro di squadra, quindi, che si ritrova nel successo di tante campagne firmate da GAS Communication».



#tienilatestasulcollo MAKESENSECAMPAIGN

