

# *MAKE SENSE CAMPAIGN 2019*



# Premessa

Anche quest'anno l'**Associazione Italiana di Oncologia Cervico Cefalica (AIOCC)** partecipa alla ***Make Sense Campaign in Italia***, appuntamento europeo annuale di sensibilizzazione sui tumori testa-collo.

AIOCC è un'associazione per lo **studio e la ricerca nel campo dell'oncologia cervico-cefalica** che riunisce tutti coloro che sono attivamente impegnati e interessati all'oncologia del distretto cervico-facciale. L'obiettivo principale dell'Associazione è quello di **curare sempre meglio i pazienti**, limitando al massimo non solo le sofferenze ma anche percorsi quotidiani complessi che aggiungono disagio ai problemi legati alla malattia.



# Da dove partiamo

---

AIOCC mantiene il **concept “Tieni la testa sul collo”**, ideato per la campagna 2018, rinfrescandolo secondo **una nuova cifra che sia in grado di conferire originalità e incisività** anche all’edizione di quest’anno.



# Obiettivi

Gli obiettivi della campagna 2019 sono i medesimi di quelli perseguiti nell'edizione precedente e mutuati dalla *Make Sense Campaign*.

**AWARENESS - Informare e sensibilizzare la popolazione sui tumori della testa e del collo, promuovendo una maggior consapevolezza dei sintomi**

**DIAGNOSI PRECOCE – Promuovere una cultura della diagnosi precoce e far confluire le persone ai Centri durante le iniziative legate alla settimana**



# Idea

---

**Un nome, un'esortazione.**

**'Tieni la testa sul collo' è il concept della campagna.**

A questo associamo una declinazione che dà alla campagna una forte identità visiva: la chiave creativa esplorata è tratta dal **mondo animale**, che si sostituirà a quello dell'arte (utilizzata nell'edizione del 2018).

**L'idea è quella di sfruttare i comportamenti prototipici di alcuni animali di fronte alla paura, a richiamare un istinto comune anche nel mondo umano, ovvero quello di nascondersi.**



# Concept

---

La proposta di AIOCC sceglie di accostare al visual la **ricchezza delle espressioni idiomatiche legate al mondo animale** per dare una **veste leggera** a un argomento spinoso, che crea nel pubblico ansia e timore.

Il concept è stato esplorato in **una direzione che dia al nostro messaggio un effetto dirompente.**



# Call to action

Tre creatività per un'unica call to action; tre esortazioni che **vanno oltre l'invito a prestare attenzione** e, con diverse sfumature semantiche, **incitano il lettore** a non far finta di niente.

Due registri, quello visivo e quello testuale, che si intrecciano per spingere chi legge **a scardinare quel tipico meccanismo dell'evitamento** che contraddistingue l'uomo di fronte alla paura della malattia in generale e del cancro in particolare.

Un messaggio che, attraverso **la metafora ispirata al mondo animale, più pop e per questo maggiormente evocativa** per il nostro pubblico, sproni a controllarsi e ad essere responsabili nei confronti della propria salute.



# Creatività

NON METTERE LA TESTA  
SOTTO LA SABBIA.



Un controllo può salvarti la vita.

#tienilatestasulcollo **MAKESENSECAMPAIGN**

ESCI  
DAL GUSCIO.



Un controllo può salvarti la vita.

#tienilatestasulcollo **MAKESENSECAMPAIGN**

SCENDI  
DALLE NUVOLE.



Un controllo può salvarti la vita.

#tienilatestasulcollo **MAKESENSECAMPAIGN**



# Attività



# Le attività nei centri

**Circa 30 centri specialistici**, distribuiti su tutto il territorio nazionale, aderiranno alla campagna e organizzeranno iniziative di informazione e sensibilizzazione sui tumori della testa e del collo, aperti al pubblico. Alcuni di questi Centri includeranno, tra le iniziative, anche attività di screening per la diagnosi precoce.

In tutti i Centri sarà distribuito alla popolazione **materiale informativo sui tumori della testa e del collo**.



# La Tavola Rotonda Istituzionale

Durante la settimana delle iniziative previste della *Make Sense Campaign*, AIOCC organizzerà il **17 settembre 2019** una **Tavola Rotonda con le Istituzioni, i politici e le Associazioni dei pazienti**, aperta ai giornalisti, presso la Sala degli Atti Parlamentari del Senato.

Lo scorso anno è stata presentata in Senato una mozione che impegnava il Governo a **lavorare sul tema dei tumori della testa e del collo**, con un focus specifico sull'implementazione dei **PDTA** e su azioni di informazione e di sensibilizzazione.

Questo evento darà seguito a quanto già realizzato lo scorso anno sempre mettendo al centro delle azioni i **PDTA**, una necessità che l'Associazione ritiene ormai imprescindibile per **garantire ai pazienti equità di accesso a cure appropriate** sull'intero territorio nazionale e una strategia per ottimizzare l'impiego delle risorse destinate alla cura di queste patologie.



# La campagna social

La **veicolazione dei messaggi della campagna**, così come la **pubblicizzazione delle attività dei Centri** avverrà in primo luogo online, con una declinazione dei materiali e un piano editoriale ideati per la **pagina Facebook di AIOCC**.

**Obiettivo della campagna sarà quello dell'awareness** sulla patologia favorendo la **partecipazione**, invitando a **prendere appuntamento nei Centri** per sottoporsi a un controllo.



# Post FB

 **AIOCC - IHNS Associazione Italiana di Oncologia Cervico Cefalica** ...

Certe cose vanno affrontate:  
non mettere la testa sotto la sabbia!

📌 Dal 16 al 20 settembre si celebra la settima edizione della Make Sense Campaign, la campagna europea per aumentare la consapevolezza dei tumori della testa e del collo: segui la pagina per restare aggiornato sulle iniziative dedicate alla prevenzione!



NON METTERE LA TESTA SOTTO LA SABBIA.



Un controllo può salvarti la vita.

#tienilatestasulcollo **MAKESENSECAMPAIGN**



 **AIOCC - IHNS Associazione Italiana di Oncologia Cervico Cefalica** ...

📌 Dal 16 al 20 settembre si celebra la settima edizione della Make Sense Campaign, la campagna europea per aumentare la consapevolezza dei tumori della testa e del collo: esci dal guscio 🐚 e scopri le iniziative dedicate alla prevenzione!



ESCI DAL GUSCIO.



Un controllo può salvarti la vita.

#tienilatestasulcollo **MAKESENSECAMPAIGN**



# Ufficio stampa

Un'intensa attività di **ufficio stampa e media relation a livello nazionale e locale** affiancherà le attività social nel diffondere i messaggi di sensibilizzazione e nel comunicare le attività dei singoli centri.

A luglio 2019 verrà diffusa una **nota stampa nazionale** alle testate periodiche e alle emittenti radio-televisive.

A settembre, a ridosso della Make Sense Campaign, verrà distribuito un **comunicato stampa nazionale di lancio** che illustri nel dettaglio l'iniziativa, sottolineando l'impegno di AIOCC e Merck nella prevenzione e nella diagnosi precoce dei tumori testa-collo.

Contestualmente, verranno diffusi **3 comunicati stampa in 3 macroregioni** che consentiranno di dare ampia visibilità agli OL e ai Centri coinvolti nell'iniziativa.



# Timing



# Timing

I FASE ATTIVITA' DI  
US NAZIONALE:  
INVIO  
NOTA STAMPA  
NAZIONALE A PERIODICI,  
RADIO E TV

- II FASE ATTIVITA' DI US NAZIONALE E LOCALE:  
INVIO COMUNICATO STAMPA NAZIONALE  
DI LANCIO DELL'INIZIATIVA
- INVIO COMUNICATI LOCALI  
Fino a conclusione delle iniziative nei Centri
- CAMPAGNA SOCIAL

INIZIATIVE NEI CENTRI

TAVOLA ROTONDA (17/09)

LUGLIO

PRIMA META' SETTEMBRE

15 SETTEMBRE

16 – 20 SETTEMBRE



	<b>CENTRI POSSIBILI</b>			<b>CHIRURGO O REFERENTE</b>	<b>LEGENDA</b> Piano A= apertura chirurgia per visita Piano B= infopoint sulla patologia
1	Lucca	Osp. Lucca	NUOVO	Piane	
2	Milano	INT	CONFERMATO	Piazza	
3	"	IEO	CONFERMATO	Ahnsarin	
4	"	S.Raffaele	CONFERMATO	Bondi	
5	"	S. Paolo	CONFERMATO	Felisati/Biglioli	
6	"	Humanitas	CONFERMATO	Spriano	
7	Brescia	Spedali civili	CONFERMATO	Nicolai/Bossi	
8	Torino	Molinette	CONFERMATO	Pecorari	
9	Candiolo	Ist.	CONFERMATO	Succo	
10	Genova	S.Martino	CONFERMATO	Peretti	
11	Cremona	Osp.Cr.	CONFERMATO	Magnani	
12	Roma	Policlinico	CONFERMATO	Valentini/De vincentis	
13	"	Gemelli	CONFERMATO	Paludetti/Jacopo Galli	
14	"	IFO	CONFERMATO	Pellini	
15	"	Isola Tiberina	CONFERMATO	Radici	
16	Modena	Polic.	CONFERMATO	Presutti	
17	Verona	Osp Verona	CONFERMATO	Molteni	
18	Padova	IOV	CONFERMATO	Martini/Di Carlo	
19	Napoli	Cardarelli	NUOVO	Ricciardiello	
20	Palermo	Osp. Riuniti	NUOVO	Galfano	
21	Sassari	aou sassari	NUOVO	Bussu	
22	Lecce	Vito Fazzi	NUOVO	Palumbo	
23	Aosta	Azienda USL Valle d'Aosta	NUOVO	De Stefani	
24	Bologna	Policlinico di S. Orsola, Bologn	NUOVO	Ricotta	
25	Pesaro-Fano	A.o. Pesaro Fano	NUOVO	Damiano Giardini e Gino Latini	
26	S. Giovanni Rotondo	Casa sollievo della sofferenza	NUOVO	Cocchi	
27	Latina	S.Maria Goretti	NUOVO	Gallo	
28	Trento	Santa Chiara	NUOVO	Vanoni	