

Grande affluenza per le giornate di diagnosi precoce dei tumori testa-collo

136 i centri che hanno aderito alla XII edizione della Make Sense Campaign

14 ottobre 2024. Si conferma anche quest'anno il successo della **Make Sense Campaign**, la campagna europea di educazione e sensibilizzazione alla diagnosi precoce dei tumori del distretto testa-collo, di cui **dal 16 al 21 settembre 2024** si è svolta la **XII edizione**, come sempre sull'intero territorio nazionale.

Promossa in Italia dall'**Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica (AIOCC)**, di anno in anno la campagna genera una sempre più forte risposta da parte del pubblico che accorre numeroso nei giorni di apertura dei centri aderenti: sono 136 gli ospedali, cliniche, ASL, AUSL, ASST e centri medici private hanno aderito a questa edizione, di cui 114 pubblici e 22 privati, in 18 regioni italiane su 20 - soprattutto in Lombardia, Lazio, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Marche - che hanno organizzato **giornate di diagnosi precoce gratuite**, ad accesso libero o su prenotazione.

Da dodici anni ormai la **Make Sense Campaign** persegue l'obiettivo di sensibilizzare un numero sempre maggiore di persone sull'esistenza e la sintomatologia dei tumori cervico-cefalici, e lo fa attraverso una comunicazione incisiva, chiara e semplice, e attivando una fitta rete di centri pubblici e privati in tutta Italia, uniti nella promozione della conoscenza di queste neoplasie e nel fornire un'arma primaria fondamentale: l'abilità di riconoscere in tempo i sintomi e di agire tempestivamente contro un cancro testa-collo.

In Italia il cancro della testa e del collo rappresenta infatti il **3% dei tumori totali**, mentre in Europa è il **settimo più comune**. Nonostante la gravità e la sua crescente diffusione, ancora poche persone ne sono a conoscenza, eppure la possibilità di sviluppare un tumore alle vie aerodigestive superiori nell'arco della vita è pari a 1/46 negli uomini e a 1/197 nelle donne. In Italia, ogni anno, sono diagnosticati più di 9.000 casi, **9.750 nel 2022** (fonte: "I numeri del cancro 2023", AIOM) di cui circa il 72% tra gli uomini; tuttavia i casi sono in aumento anche tra le donne, con un passaggio da 2.200 casi registrati nel 2017 a 2.700 nel 2022. Inoltre si tratta di un tumore più comune tra chi ha superato i 40 anni, ma si è osservato un recente incremento anche tra i più giovani.

Anche in questa edizione la risposta del pubblico si è rivelata forte: sono **3.924** le persone che, al momento, sappiamo aver risposto alla chiamata di **AIOCC, l'Associazione di Oncologia Cervico-Cefalica**; di queste, **548** sono state rimandate ad approfondimenti: è quanto emerso dal conteggio compiuto **dall'88% dei 136 centri** che quest'anno hanno aderito all'iniziativa. **Un dato**

evidentemente destinato a crescere nei prossimi giorni, non appena si concluderà il calcolo dei pazienti accolti durante la **Make Sense Campaign 2024**.

L'elevato numero di persone raggiunto dai messaggi della campagna è **confermato anche dai numeri registrati dal sito e dai canali social dell'AIOCC prima e dopo l'avvio della campagna**: il sito ha registrato un aumento di traffico del **3.043%** e la campagna ha generato altissimi livelli di engagement - oltre il **45% degli utenti** che hanno visualizzato gli annunci relativi alle giornate di diagnosi precoce ha poi cliccato sul link per esplorare le pagine del sito dedicate alla prevenzione.

Per questo tipo di neoplasie, **consapevolezza e prevenzione** si rivelano la difesa migliore: *1per3, un sintomo per tre settimane*, è infatti la regola da tenere sempre a mente quando si tratta **dei carcinomi cervico-cefalici**, i cui segnali sono spesso ignorati o associati a malattie stagionali come un comune mal di gola o raffreddore. Una rapida comprensione delle avvisaglie della malattia è cruciale per una diagnosi precoce, in presenza della quale il tasso di **sopravvivenza sale all'80-90%**, contro un'aspettativa di vita a 5 anni dalla diagnosi del 40-50% per coloro che scoprono la malattia in fase avanzata (*ibidem*). Gli esperti sono d'accordo nel dire che, se presente anche solo *uno* di questi sintomi per *tre* settimane o più, è necessario rivolgersi al medico: dolore alla lingua, ulcere che non guariscono e/o macchie rosse o bianche in bocca; dolore alla gola; raucedine persistente; dolore e/o difficoltà a deglutire; gonfiore del collo; naso chiuso da un lato e/o perdita di sangue dal naso.

*"A nome della European Head and Neck Society, ideatrice e finanziatrice della **Make Sense Campaign** a livello europeo, e dell'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica, che concretamente la organizza qui in Italia, esprimo profonda soddisfazione per i risultati della campagna, che anno dopo anno dimostra di fare sempre più breccia nella popolazione e nella comunità medica specialistica. La crescente consapevolezza, che è il vero obiettivo della campagna, rappresenta il passo cruciale per affrontare efficacemente i tumori del distretto testa-collo. Prevenire e diagnosticare precocemente restano le strategie vincenti in oncologia, e solo attraverso una maggiore sensibilizzazione possiamo ridurre il pesante impatto di queste neoplasie"* ha affermato il prof. **Giovanni Succo**, Presidente dell'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica e della European Head and Neck Society, Direttore della Clinica Universitaria di Otorinolaringoiatria 2 dell'Ospedale San Giovanni Bosco di Torino.

"La sempre maggiore partecipazione alla campagna di sensibilizzazione, oltre a essere motivo di profonda soddisfazione, è per AIOCC un forte segnale di 'senso' del proprio operato e dei propri programmi. Ringraziamo dunque tutte le realtà aderenti del grande sostegno" ha dichiarato la prof.ssa **Lisa Licitra**, Direttore SC Oncologia medica 3 - Tumori Testa Collo, Fondazione IRCCS Istituto Nazionale Tumori Milano e Membro AIOCC.

La campagna **"1 sintomo per 3 settimane, 3 settimane per 1 vita"** si inserisce nella più ampia cornice della **Make Sense Campaign** europea, promossa dalla European Head & Neck Society (EHNS), il cui motto quest'anno è **"Parità di accesso, parità di cure: unire l'Europa contro il cancro"**

del testa-collo”. La campagna italiana è realizzata con il patrocinio e il contributo di *FNOMCEO* - Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri; con il patrocinio di Alleanza contro il cancro, Associazione Italiana Donne Medico, *FNOPI* - Federazione Nazionale Ordini Professioni Infermieristiche, *FOFI* - Federazione Ordini Farmacisti Italiani, Fondazione Cariplo, *OMCEO-Mi* - Ordine Provinciale dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Milano, Ordine dei Farmacisti di Milano, Rete Oncologica Piemonte; con il contributo non condizionante di Merck, MSD e BeiGene. Alla realizzazione della campagna hanno collaborato *AIIAO* - Associazione Italiana Infermieri di Area Oncologica, *AIOLP* - Associazione Italiana Otorinolaringoiatri Libero Professionisti, *AIOM* - Associazione Italiana di Oncologia Medica, *AIRO* - Associazione Italiana di Radioterapia ed Oncologia Clinica, *AOLPI* - Associazione Otorinolaringoiatri Libero Professionisti Italiani, *AOOI* - Associazione Otorinolaringologi Ospedalieri Italiani, *AUORL* - Associazione Universitaria Otorinolaringologi, *CIPOMO* - Collegio Italiano dei Primari Oncologi Medici Ospedalieri, *CNAO* - Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica, *FASTER* - Federazione delle Associazioni Scientifiche dei Tecnici di Radiologia, *FIMMG* - Federazione Italiana Medici di Medicina Generale, *SICMF* - Società Italiana di Chirurgia Maxillo-Facciale, *SIOeChCF* - Società Italiana di Otorinolaringoiatria e Chirurgia Cervico Facciale, *SIRM* - Società Italiana di Radiologia Medica e Interventistica, Acapo Onlus, *AILAR* - Associazione Italiana Laringectomizzati, *AITC Onlus* - Associazione Italiana Tumori Cerebrali, *AOI* - Mutilati della voce-testa/collo OdV, *FAVO* - Federazione Italiana delle Associazioni di Volontariato in Oncologia ETS, Fondazione Paola Gonzato, Rete Sarcoma ETS, Insieme con il Sole Dentro, La Lampada di Aladino Onlus, La Nostra Voce, Le perle di Lunia, LILT sezioni provinciali di Genova, Modena, Napoli e Novara, Naso Sano Associazione, Salute Donna – Salute Uomo, Tra Capo e Collo. Si ringraziano Esselunga, Intesa Sanpaolo, Trenord, ATM (partner tecnico), Luiss - Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli.

L'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica (AIOCC) è un'associazione per lo studio e la ricerca nel campo dell'oncologia cervico-cefalica, membro della European Head & Neck Society (EHNS). L'Associazione non ha fini di lucro e persegue lo scopo di favorire e facilitare, attraverso iniziative scientifiche, culturali e professionali, i contatti fra quanti sono interessati ai problemi della prevenzione, della diagnosi, della terapia e della riabilitazione dei tumori e alla ricerca clinica e sperimentale in campo oncologico, relativamente al distretto testa-collo.

Ufficio stampa AIOCC

Stilema srl

stampa@stilema-to.it

www.aiocc.it

Il tumore testa-collo

Per tumore cervico-cefalico (o del distretto testa-collo) si intendono tutti i tumori che si sviluppano nell'area della testa e del collo ad esclusione di occhi, orecchie, cervello ed esofago.

Questo tipo di tumore tende a colpire maggiormente gli uomini (che hanno un'incidenza da due o tre volte superiore rispetto alle donne) e le persone di età superiore ai 40 anni, ma le diagnosi fra

le donne e gli under 40 sono in aumento.

I principali fattori di rischio per lo sviluppo dei tumori della testa e del collo (in particolare per quelli del cavo orale, dell'orofaringe, dell'ipofaringe e della laringe) sono alcol e tabacco, che si stima siano responsabili del 75% delle incidenze della malattia; il rischio è esponenzialmente più alto per le persone che fanno uso di entrambi. Altri fattori di rischio sono rappresentati dalla cattiva igiene orale e dall'insufficiente consumo di frutta e verdura. Alcune forme di tumore dei seni paranasali hanno una maggiore incidenza nei lavoratori del legno (falegnami, parquettisti), mentre per alcuni tipi di tumori della testa e del collo sono un fattore di rischio le infezioni da tipi cancerogeni di Papilloma Virus umano (HPV) (*ibidem*).

La Make Sense Campaign

La Make Sense Campaign nasce nel 2013 per rispondere alla mancanza di conoscenza nel grande pubblico relativamente alle patologie oncologiche del distretto cervico-cefalico (un'indagine condotta dall'EHNS, European Head and Neck Society, ha mostrato come quasi tre quarti degli intervistati non fosse a conoscenza dei sintomi più rilevanti, e il 38% non avesse addirittura mai sentito parlare di tumori testa-collo) e per aumentare la consapevolezza dell'importanza della prevenzione presso le realtà deputate. Di anno in anno la campagna ha visto la partecipazione di un numero sempre più elevato di Paesi, europei e non, i quali, mettendo in campo attività diversificate, hanno portato, in maniera costante, a un aumento della conoscenza e della consapevolezza dei sintomi della malattia tra il grande pubblico: nel 2023 sono stati 18 i Paesi che, tra Stati Europei (Italia, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Grecia, Israele, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Russia, Spagna, Svizzera, Turchia, Ungheria), ed extra-EU (Brasile), hanno messo in campo le loro risorse per sottolineare, insieme, l'importanza di una diagnosi rapida. Promossa dalla Società Europea dei Tumori Testa Collo e in Italia da AIOCC, la campagna mira a educare alla prevenzione e aumentare la consapevolezza dei sintomi legati ai tumori della testa e del collo, promuovendo un tempestivo ricorso al medico per una diagnosi precoce che può aiutare a migliorare la prognosi nei pazienti affetti dalla malattia.

www.makesensecampaign.eu/it/