

NELLA LOTTA
AI TUMORI
TESTA-COLLO

MUOVERSI
IN FRETTA
PUÒ SALVARE
LA VITA

1 SINTOMO
PER
3 SETTIMANE

3 SETTIMANE
PER
1 VITA



MAKESENSECAMPAIGN
15 - 20 SETTEMBRE 2025

PARITÀ DI ACCESSO PARITÀ NELLA QUALITÀ DELLE CURE: UNIRE L'EUROPA CONTRO IL CANCRO TESTA-COLLO



1 SINTOMO PER 3 SETTIMANE

Se provi dolore o fastidio a bocca,
gola, orecchie o naso non aspettare:
controllati gratuitamente
dal 15 al 20 settembre.

WWW.AIOCC.IT

Una campagna
promossa da



Con il patrocinio
e il contributo di



FNOMCeO
Federazione Nazionale degli Ordini
dei Medici Chirurghi e Odontoiatri

Con il patrocinio di



Con il contributo
non condizionante di



campagna realizzata
da Stilema Srl

L'ADESIONE

149 centri aderenti di cui

Centri pubblici: 125

Centri privati: 24

Dei 149 centri, 33 hanno organizzato giornate di diagnosi precoce ad accesso libero, 116 con prenotazione. Tutte le Regioni hanno avuto almeno un centro aderente, con la partecipazione straordinaria di 1 centro in Albania.

Dai 133 report ricevuti* si evince che:

Totale pazienti visitati > 5802

- di cui donne > 3390 (59%)

- di cui uomini > 2412 (41%)

Età media dei pazienti visitati > 55 anni

Totale dei pazienti rimandati ad approfondimenti > 1093 (il 19% dei pazienti visitati)

- di cui donne > 618 (56%)

- di cui uomini > 475 (44%)

Età media dei pazienti rimandati ad approfondimenti > 48

**Numeri calcolati sulla base dei report disponibili al 13 ottobre 2025 (133 report ricevuti su 149 complessivi - 89% del totale)*

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE

Ufficio stampa

24 luglio - 10 ottobre 2025

Le attività di ufficio stampa hanno preso avvio il 24 luglio con e-mail *one-to one* ai principali mensili di settore i quali sono stati pre-allertati sulla conferenza stampa (i cui dettagli erano ancora in fase di definizione); il 28 agosto è stato diffuso il **save the date per la conferenza stampa**, rilanciato il 4 settembre.

Un primo **comunicato stampa** esteso è stato inviato l'1 settembre, seguito il 9 settembre dal lancio della **cartella stampa al termine della conferenza di presentazione della XIII edizione presso la Sala Caduti di Nassirya del Senato della Repubblica (Roma)**, mentre il **comunicato conclusivo** è stato diffuso il 10 ottobre, per un totale di **circa 742 testate sensibilizzate** tra stampa cartacea, web, emittenti radiotelevisive e agenzie.

A ogni lancio ha sempre fatto seguito l'attività di recall.

Le uscite principali della rassegna sono disponibili sul sito www.aiocc.it

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE

01- 20 settembre 2025

Campagna di **comunicazione social** attraverso il profilo Facebook AIOCC e **web** con **campagna Google Ad** grazie all'attivazione del grant riservato agli enti no-profit.

Pagina dedicata sul sito AIOCC.

Veicolazione dei materiali di comunicazione della campagna sui **circuiti Luiss, Intesa Sanpaolo, Esselunga; in tutti i centri aderenti alla Campagna; presso FNOMCEO, OMCEO-MI, Alleanza contro il cancro, FNOPI, Rete oncologica del Piemonte; agli odontoiatri e ai farmacisti milanesi, e ai medici di base** di tutta Italia.

Hanno contribuito alla comunicazione **17 Società Scientifiche**, che si occupano di neoplasie testa-collo, **15 Associazioni per i Pazienti**, e tutti i soggetti sostenitori della campagna.

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE - ADV



Maxi quadro su
Corriere della Sera ed. nazionale
13 settembre



Una pagina adv su
Corriere Salute
14 settembre



Mezza pagina adv su
Gazzetta dello Sport
15 settembre



Mezza pagina adv su
La Repubblica ed. nazionale
14 settembre



Una pagina adv su
Repubblica Salute
25 settembre



Banner adv
sul sito di **Repubblica**
dal 9 al 15 settembre

LA CONFERENZA STAMPA

Su iniziativa della Senatrice Paola Ambrogio

**CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE
DELL'EDIZIONE 2025 DELLA MAKE SENSE CAMPAIGN**

"1 sintomo per 3 settimane, 3 settimane per 1 vita"

**MAKESENSECAMPAIGN
15 - 20 SETTEMBRE 2025**

**PARITÀ DI ACCESSO
PARITÀ NELLA QUALITÀ
DELLE CURE:
UNIRE L'EUROPA
CONTRO IL CANCRO
TESTA-COLLO**

9 settembre 2025 | ore 11.00
Sala Caduti di Nassirya presso il Senato della Repubblica
Piazza Madama 11, Roma

Introduce:
Paola Ambrogio
Senatrice

Modera:
Paolo Pardini
Giornalista Rai

Intervengono:

Sen. Francesco Zaffini
Presidente 10ª Commissione permanente
Affari sociali, sanità, lavoro pubblico e privato, previdenza sociale

Prof. Giovanni Suco
Presidente EONS, Past President AIOCC
Direttore SCDU ORL, San Giovanni Bosco Torino

Prof.ssa Lisa Licita
Direttore SC Oncologia medica 3 - Tumori Testa - Collo,
Fondazione IRCCS Istituto Nazionale Tumori, Milano - AIOCC rapporti istituzionali

Prof. Marco De Vincentiis
Presidente della Società Italiana di Otorinolaringoiatria e Chirurgia Cervico-Facciale
Direttore UOC Otorinolaringoiatria, Azienda Policlinico Umberto I, Roma

Prof. Luca Calabrese
Presidente dell'Associazione Otorinolaringoiatri Ospedalieri Italiani,
Primaria divisione ORL, Ospedale di Bolzano

Prof. Francesco De Lorenzo
Presidente della Federazione italiana delle Associazioni di Volontariato in Oncologia

L'accesso alla sala - con abbigliamento canonico e per gli uomini, obbligo di giacca e cravatta - è consentito fino al raggiungimento della capienza massima.

I giornalisti dovranno accreditarsi scrivendo al: segreteria-aiocc@studio-fo.it - paola.ambrogio@senato.it

I lavori del convegno saranno trasmessi in diretta streaming al link <https://webtv.senato.it> o sul canale YouTube del Senato Italiano: <https://www.youtube.com/user/SenatoItaliano>

Le opinioni e i contenuti espressi nell'ambito dell'iniziativa sono nell'esclusiva responsabilità dei proponenti e dei relatori e non sono necessariamente in alcun modo di Senato della Repubblica o di organi del Senato medesimo.

In collaborazione con:
AIOCC - Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica ETS

SENATO ITALIANO
FEDERAZIONE ITALIANA
DELLA LINGUA CERVICO-CEFALICA

Hanno **presenziato alla conferenza stampa** di presentazione della Campagna **giornalisti, partner istituzionali e referenti medici**. A seguito della conferenza è stata diffusa **una cartella stampa** contenente un **comunicato stampa**, una **scheda di presentazione della Make Sense Campaign**, una **scheda istituzionale di AIOCC**, una **scheda di approfondimento sui tumori testa-collo e i dati dell'edizione 2024**.



LA CAMPAGNA SOCIAL

Campagna di sponsorizzazioni pagina Facebook

- Più di 940.000 visualizzazioni
- più di 12.000 click sul link
- CTR: 6,13%

Contenuti non sponsorizzati pagina Facebook

- Più di 27.000 visualizzazioni
- più di 1000 interazioni

AIOCC - IHNS Associazione Italiana di Oncologia Cervico Cefalica
Pubblicato da Stilema Rete · 15 settembre alle ore 10:01 ·

🚨 **Parte oggi la tredicesima Make Sense Campaign!**
Da oggi a sabato, oltre 140 centri italiani offrono visite gratuite per la diagnosi precoce del tumore testa-collo.

📍 Trova il centro più vicino a te <https://www.aiocc.it/listacentri2025/>
Ricorda: 1 sintomo per 3 settimane. 3 settimane per 1 vita.

#MakeSenseCampaign #MakeSenseCampaign2025 #HeadandNeckCancer #HeadandNeckCancerAwarenessWeek2025

MAKESENSECAMPAIGN
15 - 20 SETTEMBRE 2025

**PARITÀ DI ACCESSO
PARITÀ NELLA QUALITÀ
DELLE CURE:
UNIRE L'EUROPA
CONTRO IL CANCRO
TESTA-COLLO**

1 SINTOMO PER 3 SETTIMANE

Se provi dolore o fastidio a bocca,
gola, orecchie o naso non aspettare:
controllati gratuitamente
dal 15 al 20 settembre.

Vedi insight e inserzioni

Metti in evidenza il post

👍👤 AIIAO; FNOMCeO e altri 19

Commenti: 11 · Condivisioni: 17

👍 Mi piace · 💬 Commenta · ➦ Condividi

Dati riferiti al periodo dal 28 agosto al 24 settembre

SITO AIOCC

Utenti 46.000

Sessioni 54.863

Visualizzazioni di pagine 104.759

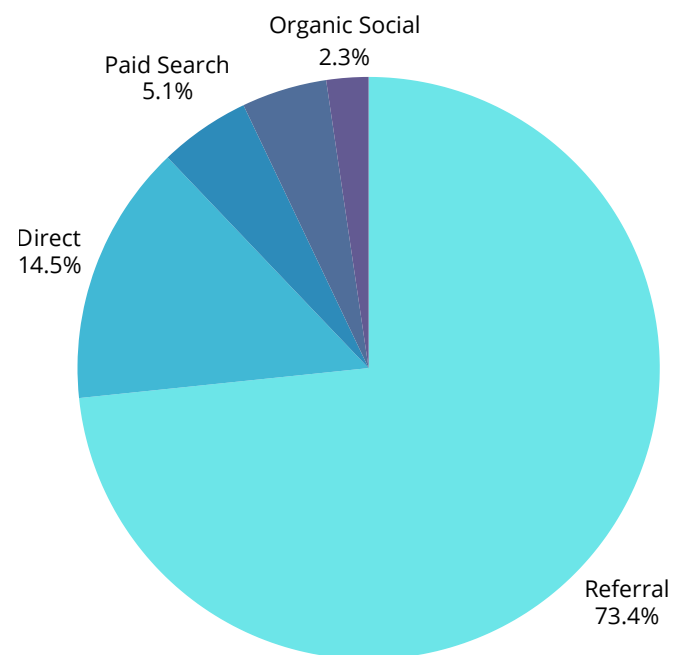
Engagement rate: 44,39%

Pagine più visualizzate:

Make Sense Campaign: 52.610 visualizzazioni

Lista centri 2025: 22.750 visualizzazioni

Acquisizione utenti



Dati riferiti al periodo 1-20 settembre

GOOGLE Ads

Sono state attivate due campagne Google: Display e Search.

Impression: 1.054.285

Click: 40.733

Copertura: 304.076

La **campagna Display** ha generato **oltre 1 milione di impressioni** (1.006.013), con una frequenza media per utente pari a 3,7 e una copertura stimata di 271.895 utenti.

La **campagna Search** ha registrato 48.272 impressioni, con una frequenza media di 1,5 e una copertura di 32.181 utenti. Il **CRT è pari a 8,52%**.

La campagna è stata vista quasi esclusivamente da uomini (circa il 98% delle impressioni), tra i 35 e i 65 anni di età (96,6% delle impressioni)

RASSEGNA STAMPA

Uscite stampa complessive: 742*

Agenzie stampa - 20 lanci

9Colonne, AdnKronos, AgenParl, Ansa, RadioCor (Il Sole24Ore)

Cartacei - 46 articoli

> 2 sul nazionale (Avvenire, Corriere Salute)

> 44 sul locale (tra cui Corriere della Sera, Il Messaggero, Il Resto del Carlino, La Stampa)

RadioTV - 13 servizi

Rai TGR (servizio diffuso in numerose emittenti locali, come Lazio e Sardegna); Medical ExcellenceTV, TeleRegione, TelePace, Radio GRP.

Web - 663 articoli

> 41 sul nazionale (tra cui Avvenire, Corriere Salute, Ok Salute e Benessere, Vanity Fair)

> 622 sul locale

**Numeri aggiornati al 10 ottobre 2025, escludono eventuali riprese del cs finale*

EDIZIONI A CONFRONTO



campagna online
6 centri coinvolti

Totale pazienti visitati > 96

Totale dei pazienti rimandati ad
approfondimenti > 18



127 centri aderenti

Totale pazienti visitati > 4332

Totale dei pazienti rimandati ad
approfondimenti > 840



141 centri aderenti

Totale pazienti visitati > 4.949

Totale dei pazienti rimandati ad
approfondimenti > 863



136 centri aderenti

Totale pazienti visitati > 3.924

Totale dei pazienti rimandati ad
approfondimenti > 548



149 centri aderenti

Totale pazienti visitati > 5723

Totale dei pazienti
rimandati ad approfondimenti > 1081

L'EDIZIONE 2025 È STATA RESA POSSIBILE GRAZIE A

Una campagna
promossa da



Con il patrocinio e il
contributo di



FNOMCeO
Federazione Nazionale degli Ordini
dei Medici Chirurghi e Odontoiatri

Con il patrocinio
di



Con il contributo
non condizionante di



In collaborazione
con



Grazie a



campagna realizzata da
Stilema Srl