

## Make Sense Campaign 2024

**Torna dal 16 al 21 settembre la XII edizione della Make Sense Campaign  
la campagna europea di sensibilizzazione alla prevenzione dei tumori testa-collo**

***1 sintomo per 3 settimane, 3 settimane per 1 vita*  
è il motto dell'edizione italiana**

**2 settembre 2024. 1 sintomo per 3 settimane, 3 settimane per 1 vita** è il motto dell'edizione italiana della **Make Sense Campaign**, la campagna europea di educazione e sensibilizzazione alla prevenzione dei tumori del distretto testa-collo che quest'anno tornerà dal **16 al 21 settembre**. **Promossa in Italia dall'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica (AIOCC)**, all'iniziativa aderiranno **oltre 130 centri** che, in quella settimana in tutta Italia, organizzeranno **giornate di diagnosi precoce gratuite**, ad accesso libero o su prenotazione.

In Italia il cancro della testa e del collo rappresenta 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.

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 di soli 5 anni 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.

Gli elementi basilari per una vita lunga e sana, propria e di chi ci è accanto, si confermano quelli di sempre: **consapevolezza delle avvisaglie**, un'alimentazione sana e uno **stile di vita attivo**, suggerimenti che da oltre dieci anni la **Make Sense Campaign** indirizza a un pubblico sempre più vasto, agendo concretamente tramite una fitta rete di ospedali, cliniche, ASL, AUSL, ASST e adottando una comunicazione incisiva, consapevole che è tramite messaggi chiari e positivi che si

può fare la differenza, a volte salvare una vita, e ricordare a tutti che guarire si può.

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.

L'elenco completo dei centri medici che partecipano all'iniziativa è disponibile sul sito dell'AIOCC ([www.aiocc.it](http://www.aiocc.it)).

**Ufficio stampa AIOCC**

Stilema srl

[stampa@stilema-to.it](mailto:stampa@stilema-to.it)

[www.aiocc.it](http://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/](http://www.makesensecampaign.eu/it/)