

Gli italiani credono nella prevenzione: forte affluenza per le giornate di diagnosi precoce dei tumori testa-collo

Posti esauriti nei 128 centri che hanno aderito alla X edizione della Make Sense Campaign

28 settembre 2022. Una forte reazione da parte del pubblico ha caratterizzato la **X edizione della Make Sense Campaign**, la campagna europea di educazione e sensibilizzazione alla diagnosi precoce dei tumori del distretto testa-collo, che quest'anno si è tenuta **dal 19 al 23 settembre sull'intero territorio nazionale**. Una risposta sensibile e impellente che dimostra ancora una volta quanto il tema della prevenzione della salute, da sempre sostenuto dalla **Make Sense Campaign e dalle realtà partecipanti**, sia avvertito come urgente dalla collettività.

Sono **3.364** le persone che, al momento, sappiamo aver risposto alla chiamata di **AIOCC, l'Associazione di Oncologia Cervico-Cefalica** promotrice dell'iniziativa in Italia: è quanto emerso dal conteggio compiuto **dal 65% dei 128 centri** che quest'anno hanno aderito all'iniziativa organizzando **giornate di diagnosi precoce a porte aperte**, ad accesso libero o su prenotazione, per sottolineare, con un'azione condivisa, l'importanza di una diagnosi rapida. **Un dato evidentemente destinato a crescere** nelle prossime ore non appena si concluderà il calcolo dei pazienti accolti durante la **Make Sense Campaign 2022**.

Sono infatti numerosi **gli ospedali, le cliniche, le ASL, le AUSL, gli ASST e gli studi privati** che quest'anno, a pochi giorni dall'avvio della **Make Sense Campaign**, hanno esaurito i posti messi a disposizione per le giornate di diagnosi precoce, spingendo i centri che ne avevano la possibilità ad aumentare gli slot orari inizialmente offerti. Un risultato eccezionale, che per la sua portata ha purtroppo impedito a diversi interessati di accedere agli incontri con gli specialisti del settore. Una dimostrazione del fatto che un elevato numero di persone è stato raggiunto dai messaggi della campagna, **risultato confermato anche dai canali social dell'AIOCC che hanno registrato in questi giorni quasi 900.000 visualizzazioni e 40.000 click**, finalizzando così l'obiettivo dell'iniziativa: aumentare la conoscenza dei tumori testa-collo, promuovere il riconoscimento dei sintomi e sensibilizzare a una corretta prevenzione. Interesse nodale della **Make Sense Campaign** è infatti quello di trasmettere **il valore della prevenzione nella sua utilità quotidiana, e non occasionale**, inducendo la popolazione a rivolgersi al proprio medico curante all'insorgere dei sintomi, senza attendere un'aggravarsi degli stessi.

“Nel 2020 poco meno di **10.000 persone** hanno avuto una diagnosi di tumore testa-collo”, ha affermato il **Prof. Roberto Maroldi, Presidente AIOCC e Direttore della Scuola di Specializzazione in Radiodiagnostica dell'Università di Brescia**: “Se la diagnosi è precoce, e riconoscere i sintomi è di importanza cruciale, **la sopravvivenza raggiunge l'80-90%**. Nello stesso 2020 sono oltre **4.000** le

persone affette da forme più avanzate che non sono sopravvissute alla neoplasia. Il motto della campagna AIOCC *Hai la testa a posto?* intende proprio stimolare le persone a fare un passo verso una maggiore attenzione a determinati sintomi e a non scordare la regola **1per3**: campanello di allarme se anche uno solo di questi sintomi dura più di tre settimane! Un passo... e la **testa a posto** possono salvare la vita”.

Hai la testa a posto? è il motto che quest’anno ha distinto l’edizione italiana della Make Sense Campaign, un monito a **porre attenzione ai sintomi dei carcinomi cervico-cefalici**, spesso ignorati o associati a malattie stagionali come un comune mal di gola o a un raffreddore. Gli esperti concordano nel dire che una rapida comprensione dei sintomi 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 (fonte “I numeri del cancro 2021”, AIOM).

Da dieci anni ormai la **Make Sense Campaign** persegue l’obiettivo di sensibilizzare sul tema dei tumori testa-collo attraverso una comunicazione incisiva, agendo concretamente tramite una fitta rete di centri pubblici e privati uniti nella promozione della conoscenza di queste neoplasie e nel fornire a più persone possibili un’arma primaria fondamentale: l’abilità di riconoscere in tempo i sintomi e di agire tempestivamente contro un cancro testa-collo.

A discapito della sua estesa diffusione infatti, non molti sanno che il carcinoma della testa e del collo è il **settimo tumore più comune in Europa**, con un’incidenza di circa la metà rispetto al cancro del polmone ma di due volte superiore a quello del collo dell’utero. Solo in Italia infatti, nel 2020, 9.900 persone hanno ricevuto una diagnosi di tumore testa-collo e 4.100 non sono sopravvissute alla malattia (*ibidem*).

Nessun allarmismo quindi, ma un’adeguata consapevolezza dei campanelli di allarme, affiancata a una sana alimentazione e uno stile di vita attivo, sono elementi fondamentali per la salvaguardia della salute, da sempre promossi dalla **Make Sense Campaign**.

La campagna “Hai la testa a posto?” si è inserita nella più ampia cornice della *Make Sense Campaign* europea, promossa da EHNS (*European Head&Neck Society*); è realizzata con il patrocinio di Alleanza Contro il Cancro e dell’Ordine dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Milano, con il patrocinio oneroso di Fondazione Cariplo e Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri, e con il contributo non condizionante di Merck Serono e MSD. 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, AOOI - Associazione Otorinolaringologi Ospedalieri Italiani, CIPOMO - Collegio Italiano dei Primari Oncologi Medici Ospedalieri, CNAO - Centro Nazionale di Adroterapia Oncologica, FASTER - Federazione delle Associazioni Scientifiche dei Tecnici di Radiologia, SICMF - Società Italiana Chirurgia Maxillo-Facciale, SIRM - Società Italiana di Radiologia Medica e

Interventistica e *ACAPO Onlus*, *AILAR* - Associazione Italiana Laringectomizzati, *AITC* - Associazione Italiana Tumori Cerebrali, *AOI* - Mutilati della Voce, *F.A.V.O.* - Federazione Italiana delle Associazioni di Volontari in Oncologia, *Associazione Insieme Con Il Sole Dentro*, *La Lampada di Aladino - Oltre il Cancro*, *La Nostra Voce*, *Le Perle di Lunia*, *Novara LILT - Lega italiana per la lotta contro i tumori*, *Modena LILT - Lega italiana per la lotta contro i tumori*, *Associazione Naso Sano*, *Tra Capo e Collo*. Si ringraziano *AMMI* - Associazione Mogli Medici Italiani, *Esselunga*, *Trenord*, *Intesa Sanpaolo* (con il sostegno di), *ATM* (partner tecnico).

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).

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* "I numeri del cancro 2021", AIOM).

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.

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/