

Nel Lazio 11 centri per screening gratuito del tumore testa-collo



ROMA- Torna nel Lazio dal 19 al 23 settembre la Make Sense Campaign, la campagna europea di educazione e sensibilizzazione alla diagnosi precoce dei tumori del distretto testa-collo, promossa in Italia dall'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica (AI OCC), che nel 2021 ha visto coinvolti 19 Paesi europei (Belgio, Bielorussia, Danimarca, Francia, Germania, Grecia, Israele, Kazakistan, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Russia, Spagna, Svizzera, Turchia, Ungheria, Italia) e un Paese extra-eu, il Brasile.

A discapito della sua estesa diffusione, 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 (fonte "I numeri del cancro 2021", AIOM).

Hai la testa a posto? è il motto dell'edizione italiana 2022 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 cinque anni per coloro che scoprono la malattia in fase avanzata (ibidem "I numeri del cancro 2021", AIOM).

Dal 19 al 23 settembre oltre 120 centri, tra realtà pubbliche e private, dislocate sull'intero territorio nazionale, organizzeranno 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.

GLI UNDICI CENTRI NEL LAZIO:

• Azienda Ospedaliera San Giovanni Addolorata (RM) • Casa di cura Ars Medica (RM) • Fondazione Policlinico Universitario A. Gemelli (RM)

• IDI – IRCCS Istituto Dermopatico dell'Immacolata (RM) • Istituto Nazionale Tumori Regina Elena (RM) • Ospedale Grassi (RM) • Ospedale Isola Tiberina (RM) • Ospedale S. Giovanni Evangelista (RM) • Poliambulatorio Artemisa Lab – Pangea (RM) • Policlinico Universitario Umberto I (RM) • Studio Medico Carucci (RM)

"Hai la testa a posto? è il motto della Make Sense Campaign di AIOCC per raggiungere e sensibilizzare le persone a non sottovalutare sintomi che possono indicare la presenza di un tumore della testa e del collo" – dichiara il Prof. Roberto Maroldi, Presidente AIOCC e Professore Ordinario di Radiologia all'Università degli Studi di Brescia – "un chiaro campanello di allarme, se il sintomo non si risolve entro tre settimane (la regola "1per3"). Messaggi sintetici e diffusione capillare. Così, quest'anno la campagna di sensibilizzazione e prevenzione sta suscitando notevole interesse. Testimoniato dal numero elevato di persone che ricorrono al consulto medico specialistico gratuito offerto in più di 120 centri, tra realtà pubbliche e private, che sostengono la Make Sense Campaign in Italia".

1per3 è infatti la regola da tenere sempre a mente. 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.

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, propria e di chi ci è accanto. Da dieci anni ormai la Make Sense Campaign persegue l'obiettivo di sensibilizzare più persone possibili attraverso una comunicazione incisiva, agendo concretamente tramite una fitta rete di ospedali, cliniche, ASL, AUSL, ASST e studi privati, uniti nella promozione di visite di controllo gratuite aperte a tutti.

La campagna "Hai la testa a posto?" si inserisce nella più ampia cornice della Make Sense Campaign europea, promossa da EHNS (European Head&Neck Society); è realizzata con il patrocinio del Ministero della Salute, 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/