

Sensibilizzazione alla prevenzione: torna la campagna europea Make sense campaign

3 Settembre 2026

**MAKESENSE
CAMPAIGN**



Dal 21 al 26 settembre 2026 torna la *Make Sense Campaign*, la campagna europea dedicata alla sensibilizzazione e alla prevenzione dei tumori del distretto testa-collo. Promossa in Italia dall'AIOCC (Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica ETS), la quattordicesima edizione dell'iniziativa vedrà la partecipazione di 180 strutture sanitarie su tutto il territorio nazionale, tra ospedali, cliniche e ASL, che offriranno visite specialistiche ad accesso libero o su prenotazione.

I numeri e la regola dell'"1×3" Sebbene rappresentino il settimo tumore più diffuso in Europa, con circa 9.000 nuove diagnosi all'anno in Italia secondo i dati AIRTUM, le neoplasie della testa e del collo rimangono spesso sottovalutate. La criticità principale risiede nella difficoltà diagnostica, poiché i sintomi precoci si manifestano in modo sfumato e vengono facilmente confusi con malanni stagionali. Intercettare la malattia nelle sue fasi iniziali è fondamentale, in quanto il tasso di sopravvivenza supera l'80-90% nei casi diagnosticati tempestivamente.

Da questa premessa nasce la regola dell'"1×3" che ispira il claim della campagna: *"1 sintomo per 3 settimane, 3 settimane per 1 vita"*. Se un qualsiasi segnale potenziale persiste per oltre ventuno giorni, diventa indispensabile consultare il medico. I campanelli d'allarme da non ignorare comprendono dolore alla lingua, ulcere o lesioni della bocca che non rimarginano, comparsa di

macchie rosse o bianche nel cavo orale, mal di gola e raucedine persistenti, difficoltà nella deglutizione, tumefazioni al collo, ostruzioni nasali da un solo lato oppure episodi impreveduti di epistassi.

Un fumetto per raccontare la cura: l'impegno di Massimo Cirri e BeccoGiallo Oltre all'attività clinica di screening, l'edizione 2026 punta con decisione sulla divulgazione culturale attraverso il linguaggio del fumetto. Dal 25 settembre arrivano nelle librerie le *"Storie di vita, Storie di cura. Testa-collo: biografia a fumetti di un distretto anatomico"*, volume edito da BeccoGiallo per la serie *Graphic Anatomy*.

Scritto dal giornalista e psicologo Massimo Cirri, celebre voce di *Caterpillar* su Rai Radio 2, e illustrato da Davide Narducci ed Ernesto Anderle con la supervisione scientifica dell'AIOCC, il libro intreccia quattro vicende reali di pazienti. Rievocando anche il proprio percorso di malattia, Cirri testimonia come, superato lo sconcerto iniziale, sia possibile edificare un'autentica alleanza terapeutica fondata sul dialogo e sull'empatia tra medico e persona assistita. L'opera sarà presentata durante una serie di eventi e mostre itineranti che dal 17 settembre toccheranno varie città italiane, tra cui Bari, Bologna, Genova, Milano, Modena, Pavia, Torino e Venezia. L'elenco dettagliato dei centri sanitari aderenti e il programma completo delle presentazioni sono reperibili sul portale www.aiocc.it.