



MAKESENSECAMPAIGN 18-22 SETTEMBRE 2023

HAI LA TESTA A POSTO?

1 SINTOMO PER
3 SETTIMANE

3 SETTIMANE
PER 1 VITA

NELLA LOTTA AI TUMORI TESTA-COLLO
MUOVERSI IN FRETTA PUÒ SALVARTI LA VITA

Se provi dolore o fastidio a bocca, gola, orecchie o naso
non aspettare: controllati gratuitamente dal 18 al 22 settembre.

WWW.AIOCC.IT

Una campagna
promossa da:



Con il
patrocinio di:



Con il patrocinio
e il contributo di



Con il patrocinio
oneroso di:



Con il contributo non
condizionante di:



L'ADESIONE

141 centri aderenti di cui

Centri pubblici: 117

Centri privati: 24

Dei 141 centri, 43 hanno organizzato giornate di diagnosi precoce ad accesso libero, 98 con prenotazione. Tutte le Regioni avevano almeno un centro aderente, a eccezione della Basilicata e del Molise.

Dai 120 report ricevuti si evince che:

Totale pazienti visitati > 4.949

- di cui donne > 2.775 (56%)

- di cui uomini > 2.172 (44%)

Età media dei pazienti visitati > 50 anni

Totale dei pazienti rimandati ad approfondimenti > 863 (il 17,4% dei pazienti visitati)

- di cui donne > 467 (54%)

- di cui uomini > 394 (46%)

Età media dei pazienti rimandati ad approfondimenti > 45 anni

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE

Ufficio stampa

21 luglio - 13 ottobre 2023

Le attività di ufficio stampa hanno preso avvio il 21 luglio con il lancio di una **breve nota stampa** indirizzata ai principali mensili di settore, seguito dalla diffusione, il 28 agosto, di un **save the date per la conferenza stampa**, rilanciato il 6 settembre.

Un primo **comunicato stampa** esteso è stato inviato il 4 settembre, seguito il 12 settembre dal lancio della **cartella stampa**, mentre il **comunicato conclusivo** è stato diffuso il 13 ottobre, per un totale di **1252 giornalisti raggiunti e circa 500 testate sensibilizzate** tra stampa cartacea, web, emittenti radiotelevisive e agenzie.

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

La rassegna stampa completa è disponibile sul sito www.aiocc.it

LE AZIONI DI COMUNICAZIONE

4-22 settembre 2023

Due **pagine adv** pubblicate su **La Repubblica nazionale** e su **La Stampa nazionale** il 12 settembre; un **banner adv** pubblicato sui **canali del network Manzoni** dall'11 al 17 settembre.

Campagna di **comunicazione social** attraverso il profilo Facebook AIOCC e **web** con campagne Google Ads - Display e Google Ads - Search.

Pagina dedicata sul sito AIOCC.

Veicolazione dei materiali di comunicazione della campagna sui **circuiti TreNord, Intesa Sanpaolo ed Esselunga; in tutti i centri aderenti alla campagna; presso FNOMCEO e OMCEO-MI; agli odontoiatri e ai farmacisti milanesi, e ai medici di base** di tutta Italia.

Hanno contribuito alla comunicazione **12 Associazioni per i Pazienti, 10 Società Scientifiche** che si occupano di neoplasie testa-collo, e tutti i soggetti sostenitori della campagna, i cui loghi sono raccolti nell'ultima slide.

LA CONFERENZA STAMPA

Su iniziativa dell'**On.le Patrizia Marrocco**

In collaborazione con

AIOCC

Associazione Italiana
di Oncologia Cervico-Cefalica

e

F.A.V.O.

Federazione italiana delle Associazioni
di Volontariato in Oncologia

CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE
DELL'EDIZIONE 2023 DELLA

MAKE SENSE CAMPAIGN

"3 WEEKS FOR 1 LIFE.

Knowing the signs and symptoms of head and neck cancer could be lifesaving"

Roma, 12 settembre 2023 | ore 14.00-15.00

Sala Stampa Camera dei Deputati

Palazzo Montecitorio - Via della Missione 4, Roma

Intervengono:

On.le Patrizia Marrocco

componente della Commissione Affari Sociali della Camera dei Deputati

Prof. Roberto Maroldi

Presidente dell'Associazione Italiana di Oncologia Cervico-Cefalica,
già Direttore U.O.C. Radiologia 2, Spedali Civili di Brescia

Prof.ssa Lisa Licitra

Direttore SC Oncologia medica 3 – Tumori Testa - Collo,
Fondazione IRCCS Istituto Nazionale Tumori Milano e Membro AIOCC

Dott. Paolo Pisani

Presidente di AILAR - Associazione Italiana Laringectomizzati OdV,
Direttore della SOC di Otorinolaringoiatria e Chirurgia Cervico-Facciale dell'Ospedale Civile di Asti

Prof. Francesco De Lorenzo

Presidente della Federazione italiana delle Associazioni di Volontariato in Oncologia (FAVO)
e della European Cancer Patient Coalition (ECPC)

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 infografica con i principali dati della campagna 2022, una scheda di presentazione e la brochure istituzionale di AIOCC.



LA CAMPAGNA SOCIAL

Campagna di sponsorizzazioni
(Google, Facebook)
Quasi 1.050.000 visualizzazioni
e circa 23.000 click sul link.

Contenuti non sponsorizzati
pagina Facebook
Quasi 24.000 visualizzazioni
e più di 600 interazioni.

Dati riferiti al periodo 4-22 settembre

AIOCC - IHNS Associazione Italiana di Oncologia Cervico Cefalica
4 settembre · 🌐

Nel 2020, solo in Italia, a 9.900 persone è stato diagnosticato un tumore testa-collo e 4.100 non sono sopravvissute alla malattia (fonte: "I numeri del cancro 2022", AIOM), cifre che fanno del carcinoma della testa e del collo 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.

AIOCC, in quanto associazione multidisciplinare, è promotrice dell'edizione italiana della **Make Sense Campaign**, la campagna europea di educazione e sensibilizzazione alla prevenzione dei tumori del distretto testa-collo.

Dal 18 al 22 settembre in oltre 130 centri in Italia sarà possibile accedere a giornate di diagnosi precoce gratuite, ad accesso libero o su prenotazione.

Scopri la lista dei centri aderenti e organizza la tua visita gratuita.

👉 Un controllo può salvarti la vita, scopri il centro aderente più vicino a te:
<https://www.aiocc.it/make-sense-campaign/2023/>

#MakeSenseCampaign #MakeSenseCampaign2023 #HeadandNeckCancer #HeadandNeckCancerAwarenessWeek2023 EHNSMake Sense Campaign



WWW.AIOCC.IT

NELLA LOTTA AI TUMORI TESTA-COLLO
MUOVERSI IN FRETTA PUÒ SALVARTI LA VITA

AIOCC.IT
Make Sense Campaign 2023
Scopri di più

254
Comments: 40 Condivisioni: 121

SITO AIOCC

Utenti 14.009 di cui nuovi 13.872*

Sessioni 17.719

Visualizzazioni di pagine 34.719

Pagine più visualizzate:

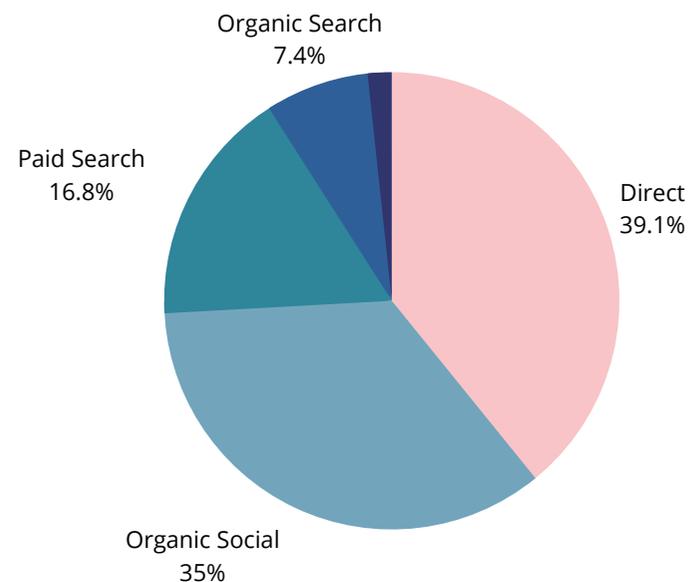
Make Sense Campaign: 15.125 visualizzazioni

Elenco dei centri: 6.235 visualizzazioni

* Il pubblico del sito di AIOCC è composto prevalentemente da medici e specialisti.

Il dato circa i nuovi utenti mostra come le azioni di comunicazione della campagna siano state pervasive e in grado di convogliare sul sito filoni di pubblico nuovi.

Acquisizione utenti



Dati riferiti al periodo 4-22 settembre

IL PODCAST

In occasione della Make Sense Campaign 2023, AIOCC ha realizzato "Storie di cura", un podcast in quattro puntate curato dal conduttore radiofonico Massimo Cirri.

Ogni puntata, della durata di 30 minuti, ospita le testimonianze di due medici e un paziente, che attraverso le loro voci desiderano ricordare a tutti che guarire dal tumore del testa-collo è possibile, una testimonianza importante sia per dare speranza concreta ai pazienti sia per sottolineare la necessità di una diagnosi precoce.

Il podcast è stato proposto per la pubblicazione a RaiPlay Sound.

Le puntate sono disponibili anche sul sito dell'AIOCC.

RASSEGNA STAMPA

Uscite stampa complessive: 323*

Agenzie stampa - 10 lanci

AdnKronos; Dire; Agenparl; 9Colonne; Ansa Puglia; Ansa Valle d'Aosta

Cartacei - 8 articoli

> 3 sul nazionale (Corriere della Sera; La Repubblica; La Stampa)

> 5 sul locale (La Repubblica - Bari; Corriere Adriatico; Corriere di Viterbo; Gazzetta d'Alba; Rivista IDEA)

RadioTV - 9 servizi

RaiNews24 - Basta la salute; Radio Radicale; Rai TGR Valle d'Aosta; Rai TGR Calabria; Rai TGR Friuli Venezia Giulia; Antenna Sicilia; TVQui Modena; RVL La Radio

Web - 306 articoli

> 100 sul nazionale

> 206 sul locale

** si segnala che i numeri riportati sono parziali in quanto, in assenza di un servizio di monitoraggio della rassegna, non è stato possibile accedere a tutte le uscite stampa.*

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

Una campagna promossa da:



Con il patrocinio di:



Con il patrocinio e il contributo di:



Con il patrocinio oneroso di:



Con il contributo non condizionante di:



In collaborazione con:



Grazie a



Con il sostegno di



Si ringrazia

