

Al via la quinta edizione della Campagna nazionale 'La prevenzione è il nostro capolavoro'

LINK: <https://www.globusmagazine.it/al-via-la-quinta-edizione-della-campagna-nazionale-la-prevenzione-e-il-nostro-capolavoro/>

Al via la quinta edizione della Campagna nazionale 'La prevenzione è il nostro capolavoro' Redazione / 1 Ottobre 2024 / =copertina=, =primo piano=, Associazioni, Eventi, Medicina, Notizie, Redazione Roma, Salute, Società ? Ascolta l'articolo Nel mese internazionale di sensibilizzazione sui tumori del seno si rafforza la sinergia tra Ministero della cultura e Komen Italia a sostegno della salute femminile. Paolina Borghese di Antonio Canova testimonial dell'edizione 2024. Un percorso di promozione della salute femminile, che partendo dalla Sicilia si svilupperà verso il nord Italia e accompagnato da una campagna di raccolta fondi dall'illuminazione in rosa di importanti monumenti con ingresso gratuito nei musei statali. I tumori del seno restano al primo posto per incidenza e come causa di morte per cancro nella popolazione femminile mondiale. La prevenzione, nelle sue varie declinazioni, rappresenta uno strumento molto efficace nell'azione di contrasto a questa malattia. Con la prevenzione primaria si potrebbe evitare l'insorgenza di circa un

terzo dei 2.3 milioni di nuovi casi che ogni anno si registrano nel mondo, 56.870 dei quali in Italia. Con la diagnosi precoce (prevenzione secondaria) è possibile curare meglio la malattia, con percentuali di guarigione che possono superare il 90%. Con la prevenzione terziaria si possono aiutare le donne che hanno già avuto un tumore del seno a limitare il pericolo di sviluppare una recidiva della malattia. Ma la prevenzione non è ancora valorizzata adeguatamente e molte persone continuano a non avvantaggiarsi di questo strumento prezioso di protezione della salute. Per aiutare a cambiare questo stato di cose, il Ministero della Cultura e Komen Italia hanno deciso di unire nuovamente le loro forze dando avvio nel mese di ottobre - Mese Internazionale di Sensibilizzazione sui Tumori del Seno - alla quinta edizione della campagna nazionale 'La Prevenzione è il nostro Capolavoro'. Svolta con il Patrocinio del Senato della Repubblica, della Camera dei Deputati e della Fondazione Pubblicità Progresso questa prestigiosa campagna nazionale vedrà la

collaborazione attiva di importanti istituzioni sanitarie, universitarie, imprenditoriali, del terzo settore e dello sport, per dar vita durante ciascuna giornata del mese di ottobre a iniziative di promozione 'concreta' della prevenzione: eventi di sensibilizzazione, incontri educativi, offerta gratuita di esami di diagnosi precoce e programmi per il potenziamento delle terapie integrate in oncologia. La campagna avrà inizio con un evento simbolico nella notte di lunedì 30 settembre: l'illuminazione in rosa del Colosseo, la più grande opera d'arte al mondo. 'Ringrazio il Ministero della Cultura per il privilegio di questa collaborazione così prestigiosa che dà avvio alla quinta edizione di una campagna di prevenzione entrata nel cuore di tante persone sia per i valori che veicola che per il modo con cui li esprime. L'arte è al servizio della prevenzione, uno strumento importante nelle sue varie declinazioni. La campagna è stata apprezzata anche per la concretezza delle operazioni che mette in campo: ogni anno nel mese di ottobre realizziamo numerose

iniziative per onorare il privilegio che il MIC ci ha voluto riconfermare', Riccardo Masetti - Fondatore di Komen Italia. Dal giorno seguente, partendo in contemporanea da Palermo e Catania, le 7 Unità mobili ad alta tecnologia della Carovana della Prevenzione di Komen Italia inizieranno un percorso virtuoso di 77 tappe che si svilupperà progressivamente, dal sud al nord del nostro Paese, raggiungendo 36 città italiane. Grazie alla Carovana della Prevenzione, il Programma Nazionale Itinerante di Promozione della Salute Femminile ideato da Komen Italia in collaborazione con la Fondazione Policlinico Universitario Agostino Gemelli IRCCS, in ciascuna tappa verranno offerti gratuitamente: esami per la diagnosi precoce dei tumori del seno, del collo dell'utero e di altre neoplasie prevalenti nelle donne (prevenzione secondaria); laboratori pratici e sessioni educative di promozione dell'attività fisica, del benessere e della corretta alimentazione (prevenzione primaria); programmi ad hoc finalizzati ad aiutare le pazienti che hanno vissuto una malattia oncologica a recuperare un pieno benessere psico-fisico e a ridurre il rischio di sviluppare una recidiva

della malattia (prevenzione terziaria). 'La sensibilizzazione è il primo passo per aumentare la consapevolezza che bisogna occuparsi del proprio seno anche in assenza di sintomi. Komen Italia promuove la prevenzione nell'arco di tutto l'anno e lo fa da ben 25 anni nel corso dei quali sono stati fatti molti progressi in ambito medico scientifico che hanno consentito di ridurre drasticamente la mortalità. Questo risultato è particolarmente vero dove c'è equità di accesso alla prevenzione e alle cure, purtroppo in Italia permangono ancora delle differenze tra nord e sud nell'attuazione dei programmi di screening ed esistono delle aree sommerse nelle città metropolitane. Proprio per combattere questa disparità abbiamo deciso di portare la nostra Carovana della Prevenzione in giro nel territorio italiano con particolare attenzione alle donne con difficoltà socio-economiche che non rientrerebbero nei programmi di screening', Daniela Terribile - Presidente di Komen Italia. Tra le tappe più significative di questo viaggio: la tappa iniziale di Palermo, in occasione della quale verrà inaugurata la nuova Unità Mobile che la Komen Italia destinerà a programmi

continuativi, condivisi con la Regione Sicilia, per incrementare le opportunità di diagnosi precoce dei tumori del seno sull'Isola. In tale circostanza sarà illuminato di rosa il Teatro Massimo; le tappe nella Regione Calabria per contribuire a recuperare i ritardi causati dalla pandemia nei programmi istituzionali di screening mammografico; la tappa allo Stadio Olimpico di Roma, organizzata in collaborazione con la FIGC (Federazione Italiana Giuoco Calcio), per offrire attività gratuite di sensibilizzazione e prevenzione delle principali patologie oncologiche di genere in occasione della partita della Nazionale Italiana di calcio maschile contro quella Belga; le tappe di Genova e Torino per dar forza al progetto delle 'Lavanderie di Papa Francesco' avviato da Procter & Gamble con l'Elemosineria Apostolica e la Comunità di Sant'Egidio, parte del programma P&G per l'Italia. Due dei tredici appuntamenti che portano opportunità di prevenzione nelle strutture dove le persone senza fissa dimora possono prendersi cura della propria igiene personale e lavare gli indumenti in maniera completamente gratuita; la tappa conclusiva in Piazza

Duomo a Milano in collaborazione con il Policlinico di Milano. Grazie al MIC, la campagna sarà accompagnata nelle sue varie tappe dall'illuminazione in rosa di monumenti simbolo e avrà una Testimonial speciale - la celebre scultura di Antonio Canova 'Paolina Borghese Bonaparte come Venere Vincitrice', esposta alla Galleria Borghese di Roma - che raccoglierà il testimone dalle protagoniste delle 4 precedenti edizioni (la Venere di Botticelli, la Fornarina di Raffaello, il Ritratto di Fanciulla di Luca della Robbia e la Venere Callipigia). 'Il supporto alla prevenzione per quanto ci riguarda avviene attraverso la possibilità di entrare gratuitamente nei musei - quest'anno sono 100 - e anche con l'illuminazione di importanti monumenti, ad iniziare dal Colosseo che stasera si illuminerà di rosa. Vogliamo dare un segnale tangibile di consapevolezza e speranza a tutte coloro che affrontano un percorso di cura e malattia', Marina Giuseppone - Direttore della Direzione Generale Organizzazione del Ministero della Cultura. Inoltre, il MIC contribuirà ancora una volta a sostenere la campagna offrendo l'accesso gratuito a 100 musei statali (in allegato la lista) per tutti

coloro che sceglieranno di sostenere con una donazione i progetti di prevenzione di Komen Italia e ospiterà una tappa della Carovana della Prevenzione presso il VIVE - Vittoriano e Palazzo Venezia. È possibile aderire alla campagna anche sul sito www.prevenzione.komen.it, ricevere l'opuscolo con semplici regole e consigli sulla prevenzione e la nuova t-shirt con l'iconico Ribbon Rosa. Oltre alle attività di promozione della diagnosi precoce, la campagna vuole rimarcare l'importanza di garantire a tutte le pazienti in cura per un tumore del seno la possibilità di accedere in modo rapido non solo alle cure oncologiche di eccellenza, ma anche ad un appropriato supporto psicologico e a terapie complementari scientificamente validate che aiutino a preservare il benessere psico-fisico durante e dopo il percorso di cura, limitare gli effetti collaterali delle cure oncologiche 'tradizionali' e ridurre il rischio di recidiva della malattia. Per raggiungere questo obiettivo, nel mese di ottobre il Centro Komen Italia per i Trattamenti Integrati in Oncologia, che ha sede presso il Policlinico Universitario A. Gemelli IRCCS di Roma, darà avvio al settimo Master

Universitario di Terapie Integrate in oncologia e a nuovi progetti congiunti di ricerca e formazione con il centro CERITIN (Centro di Ricerche per le Terapie Integrate nelle Neoplasie mammarie) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. L'impegno di Komen Italia a favore delle terapie integrate si rafforzerà ad ottobre anche con: i lavori di ampliamento dello Spazio Polifunzionale 'Donne al Centro' nell'Ospedale Bellaria per accogliere un numero maggiore di pazienti e incrementare l'offerta di terapie integrate; l'inaugurazione negli Spazi del Flaminia Medical Center di Fondazione Poliambulanza di Brescia del progetto 'Per mano di Komen' per promuovere una medicina che si prenda cura in modo olistico della persona malata e non solo della malattia; l'avanzamento dei progetti esecutivi per l'apertura di nuovi Centri Komen Italia per le terapie integrate presso l'Ospedale Isola Tiberina - Gemelli Isola di Roma e negli ospedali della Puglia e della Campania; l'organizzazione di una tavola rotonda di aggiornamento sullo stato dell'arte delle Terapie integrate in Lombardia, con la partecipazione di rappresentanti delle principali Breast Unit territoriali. Tanti altri

programmi animeranno giorno dopo giorno questa prestigiosa campagna: l'edizione speciale in forma diffusa della Race for the Cure Campania a Napoli, Capua, Avellino, Caserta, Benevento e Salerno; eventi di sensibilizzazione e raccolta fondi per Komen Italia in tutto il Paese, tra cui le 'Walk for the Cure', il 'Golf for the Cure', il 'Padel for the Cure' e tante altre iniziative solidali; il progetto 'Pensaci prima' che, grazie alla collaborazione con Edulia (polo EdTech del gruppo Treccani), realizzerà una pagina dedicata a Komen Italia all'interno della piattaforma Edulia con contenuti multimediali dedicati alla sensibilizzazione dei docenti sui temi della prevenzione e degli studenti attraverso video, quiz e gamification; la seconda edizione del progetto 'MetaDINAMICHE: PERcorsi di BenESSERE' che in collaborazione con l'Associazione Onconauti APS e con il prezioso contributo della società biofarmaceutica Gilead, offrirà ad un gruppo di 10 donne con tumore del seno in fase metastatica la possibilità di partecipare ad un cammino di 50 km in 5 giorni nel Parco Nazionale della Maiella, accompagnate da 10 operatori di terapie integrate in oncologia per favorire un rafforzamento del loro equilibrio psico-

fisico mentre affrontano quotidianamente una sfida così difficile come la malattia metastatica. La campagna 'La Prevenzione è il nostro Capolavoro' è resa possibile grazie a una grande coalizione di partner: Fondazione Policlinico Universitario A. Gemelli IRCCS, Ospedale Isola Tiberina-Gemelli Isola, Fondazione IRCCS Ca' Grande Ospedale Maggiore Policlinico di Milano, Ospedale Mater Olbia, Azienda Sanitaria Provinciale di Cosenza, Sport e Salute, Regione Sicilia, Università Luiss 'Guido Carli', Fondazione Severino, Caritas, Comunità di Sant'Egidio, Federfarma, Lega Calcio Serie B e Lega Nazionale Dilettanti. Forte sarà il supporto anche dei media che rilanceranno la campagna di sensibilizzazione su stampa, web, radio, televisioni e pubblicità. In particolare le redazioni delle reti Rai, Discovery Real Time, Sky e Mediaset e RTV di Stato San Marino nei loro programmi ricorderanno ai telespettatori l'importanza di utilizzare gli strumenti della prevenzione e di indossare nel mese di ottobre l'iconico Ribbon Rosa della Komen Italia. Sky Italia sosterrà la campagna di prevenzione durante la 18^a edizione del programma X Factor con l'appello di Paola Iezzi,

Manuel Agnelli, Giorgia, Jake La Furia e Achille Lauro. La campagna verrà promossa anche da numerosi influencer e volti noti dello spettacolo, dello sport, della cultura e della televisione. Eleonora Daniele, ambasciatrice di Komen Italia, nel corso della conferenza stampa svoltasi oggi al MIC, ha presentato il video promozionale della campagna realizzato grazie alla partnership con FRAME by FRAME, una delle più importanti Media Company di post produzione in Italia, dedicato al coinvolgimento dei capolavori italiani per veicolare il messaggio di prevenzione. 'Paolina Borghese Bonaparte come Vincitrice' è ritratta per la campagna dalla fotografa Adriana Abbrescia. Anche numerose concessionarie di pubblicità in tutta Italia sosterranno la campagna di prevenzione, fra cui: Urban Vision, Vivenda, Grandi Stazioni Retail, Esotas, Unigamma, Circuito edicole milanesi, e il Comune di Roma. Fondamentale il contributo di numerose e importanti aziende sostenitrici della Komen Italia che daranno vita ad iniziative di sensibilizzazione dei consumatori sull'importanza della prevenzione: **Todis** lancerà nel mese di ottobre due prodotti della linea Solo

Sano con uno speciale packaging rosa per sottolineare l'importanza di una sana alimentazione come strumento di protezione della salute; Lete personalizzerà il fardello di Acqua Lete cl 50 da 6 bottiglie e sosterrà economicamente alcune tappe della Carovana della Prevenzione; Swiffer con il progetto 'Swiffer Rosa' coinvolgerà i propri consumatori nella scelta delle località in cui organizzare le giornate di prevenzione sostenute dall'iniziativa; Risparmio Casa organizzerà, come di consueto, una campagna in store con la personalizzazione in rosa di prodotti di private label dedicati alla prevenzione; Slamp contribuirà per il quarto anno consecutivo alla raccolta fondi dell'Associazione durante il mese della prevenzione. Per maggiori informazioni sulle attività è consultabile il sito www.komen.it e www.prevenzione.komen.it
Tags: campagna nazionale, eventi, Globus Magazine, Globus Radio, Globus Radio Station, Globus Television, Komen Italia, Medicina, Notizie, Prevenzione, promozione della salute femminile, Raccolta fondi, salute, Sanità, sensibilizzazione sui tumori del seno, Sinuhe Third Agency, società, ST Europe Channel, tappe, 'La

prevenzione è il nostro capolavoro' Articoli correlati Denunciato un chirurgo plastico vicentino per truffa allo Stato su ricavi per quasi 460mila euro non denunciati 1 Ottobre 2024 I militari del Comando Provinciale della Guardia di Finanza di Vicenza, nell'ambito dei controlli fiscali svolti nei confronti dei professionisti, hanno individuato un chirurgo plastico Aggiornamento indagati a Milano per associazione per delinquere, sono quasi tutti riconducibili alle tifoserie ultras - I VIDEO 1 Ottobre 2024 Dalle prime ore di ieri mattina si è tenuta una vasta operazione della Polizia di Stato e della Guardia di Finanza, coordinati dalla Direzione Distrettuale Con la cantante Angela Di Mauro si balla e si canta alla XX edizione della Festa della Noce a Motta Camastra (ME) 1 Ottobre 2024 Piazza gremita e uomini e donne di ogni età rapiti dalla voce della cantante catanese Angela Di Mauro, protagonista indiscussa della XX edizione della Festa USSI Catania, cordoglio per la scomparsa di Massimo motta 1 Ottobre 2024 USSI Catania annuncia la prematura scomparsa di Massimo Motta. La segreteria provinciale di Catania dell'Unione Stampa Sportiva Italiana, in

particolare il presidente Daniele Lo Porto e il vice Archivio GLOBUS Magazine Archivi Seleziona il mese Ottobre 2024 Settembre 2024 Agosto 2024 Luglio 2024 Giugno 2024 Maggio 2024 Aprile 2024 Marzo 2024 Febbraio 2024 Gennaio 2024 Dicembre 2023 Novembre 2023 Ottobre 2023 Settembre 2023 Agosto 2023 Luglio 2023 Giugno 2023 Maggio 2023 Aprile 2023 Marzo 2023 Febbraio 2023 Gennaio 2023 Dicembre 2022 Novembre 2022 Ottobre 2022 Settembre 2022 Agosto 2022 Luglio 2022 Giugno 2022 Maggio 2022 Aprile 2022 Marzo 2022 Febbraio 2022 Gennaio 2022 Dicembre 2021 Novembre 2021 Ottobre 2021 Settembre 2021 Agosto 2021 Luglio 2021 Giugno 2021 Maggio 2021 Aprile 2021 Marzo 2021 Febbraio 2021 Gennaio 2021 Dicembre 2020 Novembre 2020 Ottobre 2020 Settembre 2020 Agosto 2020 Luglio 2020 Giugno 2020 Maggio 2020 Aprile 2020 Marzo 2020 Febbraio 2020 Gennaio 2020 Dicembre 2019 Novembre 2019 Ottobre 2019 Settembre 2019 Agosto 2019 Luglio 2019 Giugno 2019 Maggio 2019 Aprile 2019 Marzo 2019 Febbraio 2019 Gennaio 2019 Dicembre 2018 Novembre 2018 Ottobre

2018 Settembre 2018
Agosto 2018 Luglio 2018
Giugno 2018 Maggio 2018
Aprile 2018 Marzo 2018
Febbraio 2018 Gennaio
2018 Dicembre 2017
Novembre 2017 Ottobre
2017 Settembre 2017
Agosto 2017 Luglio 2017
Giugno 2017 Maggio 2017
Aprile 2017 Marzo 2017
Febbraio 2017 Gennaio
2017 Dicembre 2016
Novembre 2016 Ottobre
2016 Settembre 2016
Agosto 2016 Luglio 2016
Giugno 2016 Maggio 2016
Aprile 2016 Marzo 2016
Febbraio 2016 Gennaio
2016 Dicembre 2015
Novembre 2015 Ottobre
2015 Settembre 2015
Agosto 2015 Luglio 2015
Giugno 2015 Maggio 2015
Aprile 2015 Marzo 2015
Febbraio 2015 Gennaio
2015 Dicembre 2014
Novembre 2014 Ottobre
2014 Settembre 2014
Agosto 2014 Luglio 2014
Giugno 2014 Maggio 2014
Aprile 2014 Marzo 2014
Febbraio 2014 Gennaio
2014 Dicembre 2013
Novembre 2013 Ottobre
2013 Settembre 2013
Agosto 2013 Luglio 2013
Giugno 2013 Maggio 2013
Aprile 2013 Marzo 2013
Febbraio 2013 Gennaio
2013 Dicembre 2012
Novembre 2012 Ottobre
2012 Settembre 2012
Agosto 2012 Luglio 2012
Giugno 2012 Maggio 2012
Marzo 2012 Gennaio 2012
Dicembre 2011 Novembre

2011 Ottobre 2011
Settembre 2011 Agosto
2011 Luglio 2011 Giugno
2011 Maggio 2011 Iscriviti
alla newsletter di GLOBUS
Magazine! Accetto la
privacy policy