



COMUNICATO STAMPA

AL VIA LA CAMPAGNA NAZIONALE DI EUROPA DONNA ITALIA "OGNI SENO HA UNA STORIA. LO SCREENING TE LA PUÒ RACCONTARE"

- ***Obiettivo ricordare quanto siano fondamentali gli esami di prevenzione previsti dal Servizio Sanitario Nazionale***
- ***Il 90% delle donne conosce questo strumento di prevenzione ma ci sono limiti oggettivi e alcune pratiche che ne limitano la partecipazione (Solo il 3% viene chiamata attraverso una mail o un SMS)***
- ***In programma graffiti dedicati a Santa Agata su tutto il territorio. Il primo è realizzato a Foggia***

Milano, 9 marzo 2023 – In Italia sullo screening mammografico organizzato esiste una differenza tra la realtà e come viene percepito dalle donne. Nel nostro Paese oltre il 90% delle donne conosce il programma gratuito organizzato dal Servizio Sanitario Nazionale per la prevenzione secondaria del tumore del seno. Solo due italiane su dieci dichiarano di non aver avuto una convocazione per lo screening, da parte delle Asl di riferimento. Quelle che ricevono la convocazione dall'ASL sono avvisate nell'80% dei casi tramite una lettera postale. Solo il 3% viene chiamata attraverso una mail o un SMS. Sono questi alcuni dei dati emersi da una ricerca condotta da IQVIA per Europa Donna Italia, il movimento che nel nostro Paese tutela i diritti alla prevenzione e alla cura del tumore al seno. La ricerca, condotta intervistando 468 donne, nella fascia di età 50-69 anni, residenti su tutto il territorio nazionale, rileva il **percepito delle partecipanti** all'indagine, rispetto alla conoscenza e adesione allo screening mammografico organizzato. "Lo Screening Mammografico Organizzato ha un ruolo fondamentale" spiega Isabella Cecchini, Senior Principal head of primary market research IQVIA, responsabile della ricerca dal titolo "Rilevazione sulla conoscenza dello Screening Mammografico Organizzato: le motivazioni dell'adesione o della non adesione. Dai dati che abbiamo raccolto emergono delle differenze rispetto alla realtà, soprattutto se li confrontiamo con i dati di adesione reale". L'iniziativa e la ricerca rientrano nella nuova campagna promossa da Europa Donna Italia "Ogni seno ha una storia - Lo screening te la può raccontare presentati oggi a Milano in una conferenza stampa nazionale. La campagna parte oggi anche da Foggia, la città in cui Sant'Agata sarà protagonista del primo dei cinque murales previsti. Una Santa laica e di natura simbolica che vuole ricordare a tutte le donne l'importanza di aderire allo screening mammografico

organizzato. La Santa, protettrice della salute del seno delle donne, assume così un valore quasi iconico nella sua modernità e diventa il simbolo di questa campagna, a cavallo tra tradizione, arte di strada e religione. Vestendo i panni di una giovane donna in potenziale età di screening, rappresenta l'amica che ti ricorda cosa fare in termini di prevenzione, la sorella che ti accompagna a fare i controlli, la vicina di casa che ti racconta quanto sia stato salvifico, per lei, aderire allo screening.

LO SCREENING MAMMOGRAFICO ORGANIZZATO IN ITALIA: i dati dell'Osservatorio Nazionale Screening (ONS)

Secondo i dati dell'Osservatorio Nazionale Screening (ONS) il valore medio di adesione allo screening mammografico organizzato in Italia è del 46,3% (dato 2021) con notevoli differenze tra macroaree regionali. Secondo i dati 2021 infatti al Nord i valori di copertura sono stabili al 61%, al Centro intorno al 48% e nell'area Sud e Isole intorno al 22-23%. Elemento di estrema positività è stata la capacità di resilienza dei programmi di screening di tutte le macroaree, con un sostanziale ritorno ai valori di copertura pre-pandemici. Tuttavia, l'Osservatorio Nazionale Screening, ha messo in evidenza che all'interno di ogni singola macroarea, ci sono state regioni con maggiore capacità di ripresa ed altre in evidente difficoltà

LO SCREENING: UN IMPEGNO COSTANTE PER EUROPA DONNA ITALIA

"Da sempre il tema dello screening è centrale per noi. Esso, infatti, rappresenta lo strumento più efficace per la diagnosi secondaria, tanto d'aver redatto un vero e proprio manifesto che sintetizza le esigenze delle donne e allo stesso tempo evidenzia alcune lacune da colmare." - Rosanna D'Antona, Presidente di Europa Donna Italia.

Tre i punti di questa campagna che si rivolge contemporaneamente alle donne e alle istituzioni:

1. aggiornamento e rimodulazione del messaggio e delle modalità di recapito dell'invito e dell'esito, in modo da incrementarne significativamente l'adesione; ovvero ribadire la possibilità (entro determinate indicazioni) di effettuare gratuitamente lo screening e verificare l'utilizzo di strumenti già esistenti per la prenotazione, come ad esempio quelle usate per i vaccini Covid19 o altri strumenti usati dalle singole Regioni.
2. verificare sistematicamente la familiarità al primo accesso; ovvero rendere le donne più consapevoli e proattive verso la necessità di effettuare lo screening, spiegando anche concetti come familiarità e seno denso.
3. uniformare lo screening dai 45 ai 74 anni in tutte le regioni, che si traduce nel monitorare che sia stata raggiunta l'uniformità regionale, in virtù del fatto che l'estensione della fascia di età 45-74 fa già parte del Piano Nazionale della Prevenzione.

Oggi questo impegno si traduce in una campagna che unisce diversi mezzi per un unico obiettivo, quello di rendere consapevoli e partecipative le donne e stimolare istituzioni e decisori ad intervenire per colmare le modalità di accesso e l'uniformità tra nord e sud.

IL MURALE ISPIRATO A SANT'AGATA A FOGGIA

Lo strumento di comunicazione più popolare per "parlare" alle persone è l'arte di strada. Così si è organizzata una vera e propria call to action che parte da Foggia, ma continuerà in molte altre città di Italia.

La missione è quella di realizzare tanti murales che rappresentano una moderna e contemporanea Sant'Agata, ormai simbolo, laico e universale, che ricordi quanto è importante prendersi cura del proprio seno tutto l'anno, quasi un monito ad aderire agli screening mammografici organizzati. L'ispirazione deriva da un murale dedicato alla Santa comparso a Catania nel 2020, a celebrazione della patrona della città. Il primo murale per la campagna di sensibilizzazione è stato realizzato a Foggia in via Lucera, 58. La prima artista a fornire la propria interpretazione è stata SteReal (Stefania Marchetto- STRADEDARTS- Urban Gallery Milano) che ha rivisto l'immagine della santa portandola ad essere l'amica che tutti vorremmo avere, ovvero quella che ci consiglia quanto sia fondamentale prendersi cura di sé.

Tutte le tappe saranno raccontate sui social di Europa Donna Italia e sulla pagina www.europadonna.it/santagata-screening.

Hanno partecipato alla conferenza stampa:

Luigi Cataliotti, Presidente Senonetwork Italia

"Il collegamento tra centri screening e breast unit è quanto mai auspicabile. Infatti, uno studio condotto nel 2022 su 128 centri della rete Senonetwork ha dimostrato che nell'84% dei centri, dove esiste una forte integrazione con i centri di screening, si hanno migliori risultati nella qualità del trattamento, innovazione, soddisfazione e crescita professionale. Purtroppo, questo si verifica solo nel 20% dei casi".

Pietro Panizza, Membro del CTS di Europa Donna e Primario Radiologia Senologica di IRCCS San Raffaele

"Il Medico Radiologo riveste un ruolo determinante nella diagnosi precoce del carcinoma mammario in quanto, oltre ad essere attore principale nei programmi di screening mammografico, affiancato dal Tecnico Sanitario di Radiologia Medica, è responsabile clinico dell'attività diagnostica ed ha la gestione del processo diagnostico dal primo accesso, alla identificazione, caratterizzazione e stadiazione della lesione. Per fare questo si avvale di varie tecniche quali Mammografia, Ecografia e Risonanza Magnetica, integrandole e, quando necessario, guidando con le stesse l'ago nella lesione per prelevare materiale citologico o istologico. Nel Centro di Senologia, Breast Unit, il Medico Radiologo è elemento fondamentale del team multidisciplinare."

Saverio Cinieri, Presidente nazionale AIOM

"Aiom è un forte sostenitore dello screening per tutte le forme tumorali. In particolare, per il carcinoma mammario la nostra società scientifica sta avviando, in collaborazione con le associazioni pazienti, una campagna di sensibilizzazione"

per azzerare le molteplici disparità tra una regione e l'altra, che non solo e non sempre penalizza gli accessi per lo screening tra nord e sud d'Italia. Assistiamo infatti a volte a grandi disparità tra una ASL provinciale del nord ed una ASL del sud, dove a volte quest'ultima, raggiunge livelli di efficienza migliori rispetto alla prima. Questa situazione penalizza i pazienti ed è nostro impegno intervenire subito."

LE CONFERME SCIENTIFICHE

La campagna "Ogni seno ha una storia. Lo screening te la può raccontare" gode del supporto della comunità scientifica, compatta nel sottolineare l'importanza dell'adesione a questi screening organizzati. A concedere il proprio patrocinio sono stati: SIRM, GISMa, ONS, AITeRS, Fondazione AIOM e Senonetwork.

*Il progetto, realizzato grazie al contributo non condizionante di Bayer, vuole coinvolgere tutte le città d'Italia per creare sempre più conoscenza e informazione sul tema. "La diagnosi precoce è un'arma fondamentale per la lotta del cancro al seno, ma sono ancora troppo poche le donne che in Italia si sottopongono a screening mammografico. Da qui il supporto di Bayer al progetto di Europa Donna Italia, che conferma il nostro impegno a migliorare concretamente la qualità di vita del paziente", dichiara **Mario Indaco – Radiology Country Head di Bayer Italia**. "Crediamo fermamente nel valore della prevenzione e della cura come strumenti sempre più efficaci per una diagnosi affidabile e precoce. Diagnosticare precocemente un tumore aumenta significativamente la possibilità di sconfiggerlo".*

Ufficio stampa

Intermedia

intermedia@intermedianews.it

030.226105 – 3487637832