

Comunicato stampa

**AL VIA “METTI UN BAFFO A NOVEMBRE”, CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE
ALLA PREVENZIONE DEL TUMORE DELLA PROSTATA**

Presentata “Metti un baffo a novembre”, la campagna promossa quest’anno da Janssen Oncology con il patrocinio di Europa Uomo, Fondazione Pro e Salute Uomo. Testimonial nuovamente il campione mondiale di apnea Umberto Pelizzari

Ogni anno in Italia sono quasi 40 mila i nuovi casi di tumore alla prostata, la prevenzione è la prima arma per una prognosi favorevole

Milano, 4 novembre 2021 – Il tumore alla prostata è il tumore più frequente nella popolazione maschile, in Italia sono quasi 40 mila le nuove diagnosi ogni anno, che rappresentano quasi il 20 per cento di tutti tumori maschili.¹ La ricerca scientifica ha fatto enormi progressi nel trattamento e nella cura di questo tumore, ma il primo passo deve essere fatto innanzitutto dagli uomini con la prevenzione, perché un esame in più può salvare la vita favorendo una diagnosi precoce, un trattamento tempestivo e una prognosi più favorevole.

Per sensibilizzare sull’importanza della prevenzione di questo tumore maschile, **Janssen Oncology**, con il patrocinio di **Europa Uomo, Fondazione Pro e Salute Uomo**, promuove a novembre, mese dedicato alla prevenzione e cura della salute maschile, la **campagna “Metti un baffo a novembre”**, con riferimento all’ormai popolare simbolo - i baffi appunto - della prevenzione per questo tipo di tumore.

*“Il tumore alla prostata rappresenta oltre il 20 per cento di tutti i tumori diagnosticati negli uomini over 50” spiega **Roberto Sabbatini, Dirigente Medico Ospedaliero di Oncologia, Azienda Ospedaliero-Universitaria di Modena.** “I sintomi, in genere, compaiono con il progredire della malattia, quali difficoltà nella minzione, bisogno di urinare frequentemente, sensazione di mancato svuotamento della vescica e presenza di sangue nelle urine, che però possono essere confusi con sintomi di altre malattie benigne frequenti dopo i 50 anni di età. Visto la difficoltà di una diagnosi precoce, data la natura asintomatica della fase iniziale della malattia, è ancor più importante non ignorare i primi campanelli di allarme rivolgendosi subito al medico per effettuare una visita di controllo. Oggi, la ricerca e l’innovazione scientifica hanno permesso di migliorare le terapie oncologiche nel tumore della prostata e di offrire trattamenti sempre più personalizzati per rispondere al meglio ai bisogni dei pazienti, migliorandone le aspettative e la qualità di vita”*

La campagna nasce da una sfida importante: convincere gli uomini a fare la visita urologica per il tumore alla prostata, superando i tabù e le barriere culturali insieme alla ritrosia a farsi visitare perché *“far emergere il problema è il modo migliore di affrontarlo”*. Il campione mondiale di apnea **Umberto Pelizzari** presta il suo volto come testimonial anche della campagna 2021, rinnovando per il secondo anno il suo impegno e sostegno per diffondere la conoscenza dell’importanza della prevenzione in questo ambito. La determinazione e la costanza con cui ha intrapreso il suo percorso

sportivo e personale, sono valori in linea con il messaggio della campagna. La prevenzione, infatti, ha bisogno di determinazione, per non rimandare controlli e visite, e di costanza, perché diventi una buona abitudine nella quotidianità degli uomini.

*“Aderiamo molto volentieri per il secondo anno, al fianco di Janssen, alla campagna Movember per la diagnosi precoce del tumore alla prostata”, dice **Maria Laura De Cristofaro, Presidente volontario di Europa Uomo**. “Siamo la prima associazione di volontariato oncologico, fondata con grande lungimiranza dal professor Umberto Veronesi. La nostra missione è prima d’ogni cosa informare in modo corretto. Come associazione di pazienti e familiari di pazienti, chiediamo che le istituzioni si impegnino ora, senza ritardo, per la diagnosi precoce del tumore maschile con la stessa forza e convinzione con cui si sono impegnate e si impegnano per il tumore al seno. Gli uomini devono conoscere l’importanza della diagnosi precoce – visita urologica e test del PSA dai 50 anni in su – per il successo delle cure e devono sapere che oggi la chirurgia non è l’unica strada, perché la radioterapia, sempre più precisa, e la sorveglianza attiva sono altrettanto efficaci”.*

*“Le campagne di sensibilizzazione, come ‘Mettilo a novembre’ che abbiamo deciso di patrocinare, sono importanti strumenti per diffondere la cultura della prevenzione per i tumori maschili”, dichiara **Vincenzo Mirone, Presidente Fondazione PRO**. “Fondazione PRO nasce con lo scopo specifico di promuovere la prevenzione e la ricerca scientifica e clinica nel settore delle malattie oncologiche, in particolare del tumore della prostata, facendo una sintesi tra alta cultura scientifica e strumenti di divulgazione, per rendere sempre più efficace il diritto a una vita sana. L’uomo non fa prevenzione perché è schiavo della paura di scoprire di essere malato. Per questo la Fondazione PRO si propone come una ‘compagna di viaggio’ nella crescita e nella salute dell’uomo puntando su ricerca e cultura. Fare prevenzione non significa infatti solo sottoporsi a visite mediche e seguire programmi di screening, ma è cambiare e migliorare il proprio stile di vita”.*

*“Oggi, ci troviamo di fronte ad una grande sfida perché in campo maschile, la prevenzione in ambito oncologico non ha raggiunto la stessa rilevanza come nel campo femminile”, aggiunge **Amilcare Brambilla, Responsabile Salute Uomo**. “Salute Uomo nasce nel 2015 dall’associazione Salute Donna, attiva nella sfera dei tumori femminili, proprio dalla constatazione di questa criticità. Per poter sconfiggere la malattia bisogna ricorrere a tutte le armi che abbiamo a disposizione, quali la prevenzione, l’informazione, la mobilitazione e l’interazione fra volontariato e pubblico, in buona sostanza il bisogno di approfondire e sostenere le conoscenze su queste malattie nella società e nei malati. È infatti vitale che gli uomini siano informati e consapevoli ed i medici di base nonché gli specialisti in campo siano alleati nella scelta del percorso diagnostico e delle alternative terapeutiche migliori per la salute psicofisica di ogni singolo paziente”.*

*“Da oltre 30 anni Janssen Oncology è impegnata nella ricerca scientifica per lo sviluppo di farmaci innovativi per essere al fianco di pazienti, caregiver e medici, nella cura dei tumori ematologici e solidi, come il tumore alla prostata”, afferma **Loredana Bergamini, Direttore Medico di Janssen Italia**. “Per il secondo anno consecutivo, vogliamo lanciare, con il patrocinio di tre importanti associazioni pazienti attive nella promozione della salute maschile, una campagna a favore della prevenzione e informazione del tumore alla prostata, per sensibilizzare la popolazione sui rischi di questa malattia”.*

La campagna, attiva durante il mese di novembre, vede l'impiego di diversi mezzi: la stampa nazionale e sportiva, un circuito radio nazionale, il digital con display advertising, programmatic e social media, insieme a un uso intenso delle installazioni *out of home* che riguarderanno tram, stazioni della metropolitana, pensiline di attesa dei mezzi pubblici nelle città di Milano, Roma e Napoli. Al centro della campagna il sito Oncovoice.it, che costituisce un vero e proprio punto di riferimento per i pazienti e che consente approfondimenti sulla patologia, con numerose informazioni e consigli.

Inoltre, per diffondere maggiormente il messaggio e sensibilizzare la popolazione sul tema saranno coinvolti altri personaggi famosi - uno tra tutti l'ex calciatore, oggi commentatore sportivo, **Giuseppe Bergomi** - che condivideranno sui loro social post e stories per parlare della campagna. Il largo pubblico sarà a sua volta invitato ad amplificare il messaggio e, attraverso le installazioni in giro per le città, potrà diventare protagonista della campagna #MettiUnBaffoaNovembre.

Bibliografia

¹ I numeri del cancro in Italia 2020. Gruppo di lavoro AIOM-AIRTUM-Fondazione AIOM-PASSI-PASSI D'Argento – SIAPEC-IAP

Contatti per la stampa:

Janssen Italia

Chiara Ronchetti, cronchet@ITS.JNJ.com

Andrea Bonini, abonini2@its.jnj.com

HealthCom Consulting

Diego Freri, diego.freri@hcc-milano.com, +39 335 8378332

Laura Fezzigna, laura.fezzigna@hcc-milano.com, +39 347 4226427

Silvia Ciappellano, silvia.ciappellano@hcc-milano.com, +39 345 5572747