

COMUNICATO STAMPA

**AD OTTOBRE, MESE INTERNAZIONALE DI
SENSIBILIZZAZIONE SUI TUMORI DEL SENO,
KOMEN ITALIA UNISCE NUOVAMENTE LE FORZE CON IL
MINISTERO DELLA CULTURA E, QUEST'ANNO, ANCHE CON
IL MINISTERO DELLA SALUTE PER DARE AVVIO ALLA
VII EDIZIONE DELLA CAMPAGNA NAZIONALE
“LA PREVENZIONE È IL NOSTRO CAPOLAVORO”**

**L'INAUGURAZIONE ISTITUZIONALE IL 22 SETTEMBRE ALLE 20:00
ALLA PRESENZA DEL MINISTRO DELLA CULTURA ALESSANDRO GIULI
E DEL MINISTRO DELLA SALUTE ORAZIO SCHILLACI
CON L'ILLUMINAZIONE IN ROSA DEL COLOSSEO
E CONTEMPORANEAMENTE ANCHE DELLE SEDI DEI DUE MINISTERI**

**49 giorni di promozione attiva della prevenzione
con 6 tappe di una settimana a Milano/Brescia,
Parma, L'Aquila, Salerno, Taranto e Reggio Calabria,
4 Race for the Cure a Brescia, Matera, Napoli e Pescara
e Walk for the Cure in 96 città**

**IL 9 NOVEMBRE GRANDE EVENTO DI CHIUSURA
NELL'ARENA DEL COLOSSEO**

Roma, 22 settembre 2026 - Con **56.000 nuove diagnosi** ogni anno, i tumori del seno rimangono al primo posto per incidenza e come causa di mortalità per cancro nella popolazione femminile.

La prevenzione si conferma come uno strumento di grande efficacia per contrastare la malattia.

Con la **prevenzione primaria**, basata sull'adozione di uno stile di vita sano, si potrebbero evitare circa un terzo dei 2,3 milioni di casi che si verificano ogni anno nel mondo.

Con la **prevenzione secondaria**, cioè la **diagnosi precoce** (esecuzione ogni anno di esami mammografici ed ecografici in base all'età) è possibile identificare la malattia in fase iniziale e curarla meglio, con **percentuali di guarigione che possono superare il 90%**.

Importante è anche la **prevenzione terziaria** che può aiutare le donne che hanno già affrontato la malattia a ridurre il rischio di recidive.

Inoltre, la prevenzione ha un grande valore economico: il percorso terapeutico di una paziente con tumore del seno diagnosticato in fase iniziale ha un costo per il Servizio Sanitario Nazionale circa 3 volte inferiore rispetto a quello di una paziente con tumore diagnosticato in fase avanzata.

Purtroppo, permangono disuguaglianze nell'accesso agli screening tra le regioni del Centro-Nord e quelle dell'Italia meridionale e insulare; inoltre, alcune categorie di donne, per motivi diversi, hanno meno possibilità di accedere con regolarità alla prevenzione.

Per promuovere la prevenzione e contribuire con azioni concrete a ridurre queste disuguaglianze, prende il via oggi la **VII edizione** della Campagna Nazionale **“La Prevenzione è il nostro Capolavoro”**.

Promossa da **Komen Italia**, insieme al **Ministero della Cultura** e quest'anno anche al **Ministero della Salute**, con il sostegno di **Sport e Salute**, la Campagna è stata presentata questa mattina nel corso di una conferenza stampa nella Sala Spadolini del Ministero della Cultura.

L'AVVIO DELLA CAMPAGNA

La Campagna avrà inizio ufficialmente questa sera alle ore 20:00 con una cerimonia al **Tempio di Venere**, alla presenza del Ministro della Cultura **Alessandro Giuli** e del Ministro della Salute **Orazio Schillaci**, che insieme alla Presidente di Komen Italia **Alba Di Leone**, daranno il via alla ormai tradizionale **illuminazione in rosa del Colosseo**.

Quest'anno, per rimarcare in modo simbolico l'importanza dell'attività fisica come pilastro della prevenzione primaria, l'illuminazione progressiva del Colosseo e contemporaneamente anche delle due sedi ministeriali avverrà grazie all'energia che un gruppo di Donne in Rosa dell'Associazione insieme ai rappresentanti delle Istituzioni genereranno, pedalando su delle bike posizionate al Tempio di Venere.

*“Accendiamo la prevenzione. Trasformiamola in un'attitudine, in un modo di stare al mondo - dichiara la Dott.ssa **Alba Di Leone**, Presidente di Komen Italia -. Mettiamo al centro la nostra salute e quella di chi ci sta accanto. Superiamo la paura dei controlli, miglioriamo il nostro stile di vita senza alibi. Così renderemo sempre più concreto il nostro capolavoro collettivo: la prevenzione”.*

LE ATTIVITÀ DI QUEST'ANNO

Quest'anno la Campagna prevede attività diverse in oltre **100 città** su tutto il territorio nazionale, tra cui:

- **Un tour di 6 tappe** di una settimana, con un itinerario da Nord a Sud che da **Milano** e **Brescia** passando per **Parma**, **L'Aquila**, **Salerno** e **Taranto** raggiungerà **Reggio Calabria**;
- **4 Race for the Cure**, a Brescia, Matera, Napoli e Pescara;
- **96 Walk for the Cure** in **9 regioni**: Abruzzo, Calabria, Campania, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Puglia e Sardegna;
- **36 eventi sportivi e culturali di sensibilizzazione e raccolta fondi**, tra cui l'avvio della collaborazione con il “Teatro Parioli Costanzo”, che ad ottobre avvierà la stagione degli spettacoli 2026-2027 scegliendo Komen Italia come charity partner.
- **2 giornate finali a Roma** presso l'**Ospedale Isola Tiberina – Gemelli Isola**, con screening gratuiti a donne in condizioni di fragilità sociale (in collaborazione con l'**Associazione 1 Vale 100**) e a donne over 74 che per età non possono più avvalersi degli screening oncologici regionali (in collaborazione con il **Comune di Roma**);
- **una cerimonia di conclusione** e rendicontazione della Campagna il 9 novembre **all'interno dell'arena del Colosseo**.

COSA AVVIENE NELLE 6 TAPPE SETTIMANALI

In ciascuna città il **Ministero della Cultura attiverà un prestigioso Polo Museale** che sarà illuminato di rosa e ospiterà momenti di sensibilizzazione, attività culturali e di raccolta fondi, oltre alle iniziative destinate alle Donne in Rosa.

Le attività di promozione della prevenzione si svilupperanno in due blocchi.

- **Dal lunedì al giovedì** le Unità Mobili di **Komen Italia** offriranno esami di diagnosi precoce dei tumori del seno **a categorie di donne che hanno meno facilità di accedere alla prevenzione**:

- **detenute**, grazie alla collaborazione di **Komen Italia** con la **Fondazione Severino** e al protocollo siglato con il **Ministero della Giustizia** (progetto **Inside Out**);
 - **donne over 74**, che avendo superato i limiti d'età previsti, non beneficiano più dei programmi di prevenzione oncologica regionali (progetto **Carovana d'Argento**);
 - **mamme caregiver**, madri che accudiscono figli con disabilità e che, a causa del carico assistenziale, tendono a trascurare il proprio benessere (progetto **Proteggi chi Cura**);
 - **donne in condizioni di fragilità socioeconomica**, in virtù del protocollo con la **Caritas Italiana**;
 - **religiose**.
- **Dal venerdì alla domenica** in piazze di particolare rilievo di ciascuna città verrà allestito il **Villaggio della Salute** per coinvolgere attivamente i cittadini anche in iniziative di **prevenzione primaria**:
 - lezioni di sport e fitness in collaborazione con le federazioni sportive;
 - sessioni dedicate alle terapie integrate;
 - laboratori di sana alimentazione e benessere psicologico;
 - incontri di sensibilizzazione per gli studenti delle scuole di primo e secondo grado;
 - appuntamenti scientifico-divulgativi nei poli museali del territorio.

Contemporaneamente **4 Unità Mobili** della **Carovana della Prevenzione** di **Komen Italia** offriranno gratuitamente mammografie, ecografie mammarie, visite cliniche e consulenze specialistiche.

Complessivamente, nel corso della Campagna queste opportunità gratuite di diagnosi precoce verranno offerte ad **oltre 6.000 donne**.

*“La settima edizione di questa Campagna Nazionale vuole rimarcare un concetto molto semplice: ciascuno di noi può prendersi cura in modo efficace della propria salute utilizzando correttamente gli strumenti della prevenzione - ricorda il Prof. **Riccardo Masetti**, Fondatore della Komen Italia-.*

L’obiettivo verso cui abbiamo diretto il nostro impegno, insieme al Ministero della Cultura ed al Ministero della Salute, è stato quello non solo di pianificare una grande mole di azioni pratiche ma anche di attivare una coalizione di virtuosi per far sì che il messaggio sull’importanza della prevenzione raggiunga il maggior numero possibile di persone di ogni età su tutto il territorio nazionale.

Il **Ministero della Cultura**, per amplificare ulteriormente il messaggio sull'importanza della prevenzione, illuminerà di rosa i **poli museali dedicati nelle 6 città** (la Pinacoteca di Brera, il Complesso Monumentale della Pilotta di Parma, il Museo Nazionale d'Abruzzo, i Parchi Archeologici di Paestum e Velia, il Castello di Taranto, il Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria e il Colosseo) e altri prestigiosi siti culturali su tutto il territorio nazionale. Inoltre, anche quest'anno, contribuirà a raccogliere fondi per nuovi progetti di contrasto ai tumori del seno, offrendo l'**accesso gratuito a 176 musei statali** in tutte le regioni italiane (in allegato la lista) a coloro che sceglieranno di sostenere con una donazione i progetti di prevenzione di **Komen Italia**.

Con una donazione di almeno 25 euro sarà possibile ricevere anche i gadget della *capsule collection* realizzata in esclusiva per la campagna, oltre all'iconico Ribbon Rosa.

"La campagna di Komen Italia 'La Prevenzione è il nostro Capolavoro' richiama l'attenzione sull'importanza della cultura della salute nella lotta contro i tumori del seno. Il Ministero della Cultura, attraverso i propri musei, biblioteche, archivi e siti archeologici, mette la forza simbolica del patrimonio e la capacità di accoglienza dei suoi luoghi al servizio di questo obiettivo. Avere cura del patrimonio e avere cura della collettività sono responsabilità che si rafforzano a vicenda. In ogni ambito della nostra esistenza, la prevenzione può vincere sul male quando diventa cultura della responsabilità", ha dichiarato il Ministro della Cultura **Alessandro Giuli**.

Il **Ministero della Salute** contribuirà alla realizzazione e diffusione di un opuscolo con informazioni e consigli sulla prevenzione primaria, secondaria e terziaria e sui percorsi di cura appropriati. L'opuscolo sarà distribuito gratuitamente in tutte le città coinvolte nella Campagna e anche online sui siti e canali social dei partner.

Il Ministro della Salute **Orazio Schillaci** afferma: *"La lotta contro i tumori è un impegno che coinvolge tutti: istituzioni, comunità scientifica, professionisti sanitari, associazioni e cittadini. Solo attraverso una responsabilità condivisa possiamo rendere sempre più efficace la prevenzione, favorire diagnosi tempestive e garantire cure di qualità. Come Ministero, con il Piano oncologico nazionale, gli investimenti nella ricerca e l'ampliamento delle fasce di età per lo screening mammografico abbiamo rafforzato concretamente il nostro impegno. La collaborazione con Komen Italia si inserisce in questo percorso che mette le donne al centro, favorendo la prevenzione che resta una priorità assoluta per ridurre l'incidenza dei tumori e la mortalità".*

La Campagna include **4 Race for the Cure**: Brescia 25 - 27 settembre, Matera 25 - 27 settembre, Napoli 9 - 11 ottobre e Pescara 16-18 ottobre. **96 Comuni** distribuiti in tutto il territorio nazionale organizzeranno le *Walk for the Cure*, le passeggiate dedicate alla prevenzione.

Ulteriori iniziative di sensibilizzazione, di aggiornamento, di raccolta fondi ed educative, includeranno:

- il 1° ottobre al **Milano Luiss Hub** il convegno dal titolo “BE WELL. GET INVOLVED. MAKE A DIFFERENCE - Giovani, benessere e prevenzione tra ricerca, nuove strategie di comunicazione e solidarietà”;
- il **7 ottobre** la seconda edizione del **Pink Tie Ball** di **Parma** presso il **Complesso Monumentale della Pilotta**;
- l’**8 ottobre** il convegno medico-scientifico di radiologia e senologia presso la Camera di Commercio di Parma, realizzato in collaborazione con **Breast Unit AOU Parma** dal titolo “Empowering talks: the Breast Unit edition updates in breast surgery”;
- dall’**8 al 10 ottobre** il convegno internazionale di musicoterapia “L’AquilaARTHE”, realizzato dal Conservatorio A. Casella de L’Aquila;
- Komen Italia per la prima volta sarà presente con il logo sull'imbarcazione di **Este Pink Team by GHC Sanatorio Triestino alla Barcolana58** in programma a Trieste dal 2 all'11 ottobre 2026. L'equipaggio, tutto al femminile, avrà l'abbigliamento personalizzato e tutta la **Flotta Este24** indosserà il Ribbon Rosa per promuovere il messaggio di prevenzione dei tumori del seno durante le gare;
- dal **10 al 16 ottobre**, il territorio di Alghero ospiterà la nuova edizione di **Metadinamiche**, il progetto di **Komen Italia** nato per migliorare la qualità di vita delle donne con tumore al seno metastatico attraverso le terapie integrate. Sarà un cammino tra natura e pratiche olistiche per il recupero del benessere psicofisico, guidato da operatori specializzati. Durante l'evento verrà inoltre presentato il libro “Vivere oltre le metastasi. Un percorso tra medicina, movimento, alimentazione, meditazione e speranza” di Vincenzo di Michele, coeditato da Komen Italia, i cui proventi saranno interamente devoluti all'associazione.

I fondi raccolti nelle varie tappe della Campagna saranno impiegati per istituire nuovi progetti continuativi di prevenzione con l’obiettivo di favorire una ricaduta concreta sul territorio e rendere

più capillare la prevenzione e la cura, anche grazie al supporto di **ANCI, Sport e Salute e Istituto di Credito Sportivo e Culturale**.

La Campagna potrà contare sui prestigiosi Patrocini del **Senato della Repubblica**, della **Camera dei Deputati**, del **Ministero della Giustizia**, della **Regione Emilia Romagna**, della **Regione Abruzzo**, della **Regione Calabria**, della **Regione Lazio**, dell'**ANCI**, del **Comune di Brescia**, del **Comune di Parma**, del **Comune di Pescara**, del **Comune de L'Aquila**, del **Comune di Salerno**, del **Comune di Matera**, del **Comune di Napoli**, di **Sport e Salute**, di **FIASO** e di **Fondazione Pubblicità Progresso**, e vedrà anche il contributo attivo di un'ampia coalizione di partner sanitari tra cui la **Fondazione Policlinico Universitario A. Gemelli IRCCS**, l'**Ospedale Isola Tiberina-Gemelli Isola**, il **Policlinico di Milano**, l'**Ospedale Mater Olbia**, l'**ASL 1** e l'**ASL 2 Abruzzo** e altre Istituzioni Sanitarie locali.

La Campagna avrà un forte supporto da parte di stampa, web, radio, televisioni, gestori di pubblicità, influencer e volti noti dello spettacolo, dello sport e della cultura. Tutti uniti in prima linea per sensibilizzare milioni di utenti sul valore della prevenzione.

In particolare, le redazioni delle reti **Rai, Sky e RTV di Stato San Marino** rilanceranno la campagna di sensibilizzazione ricordando ai telespettatori l'importanza di utilizzare gli strumenti della prevenzione e di indossare nel mese di ottobre l'iconico **Ribbon Rosa** di **Komen Italia**.

Anche **Sky Italia** darà nuovamente il suo sostegno con un appello durante una puntata di Bootcamp della **20^a edizione di X Factor** nel corso della quale **Giorgia, Paola Iezzi, Francesco Gabbani, Jake La Furia** e la new entry **Irama** indosseranno il Ribbon Rosa.

Grazie alla consolidata collaborazione con la **Federazione Italiana Pallavolo**, la Campagna sarà promossa nelle semifinali e finali del **Campionato europeo maschile di pallavolo** che si svolgeranno all'**Unipol Forum di Assago** il 25 e 26 settembre.

Anche il mondo del calcio promuoverà la Campagna in occasione di **due giornate del campionato di Serie B** (10-11 ottobre e 17-18 ottobre) e la **FIGC** illuminerà di rosa il **Centro Tecnico Federale "Luigi Ridolfi"** di **Coverciano**, coinvolgendo le **Giocatrici della Nazionale Femminile** in un appello in occasione della partita contro la Bielorussia all'**Artemio Franchi di Firenze**, il **13 ottobre**.

A sostegno della Campagna, anche la **Federazione Italiana di Atletica Leggera**, la **Federazione Italiana Pallacanestro**, la **Federazione Italiana Tennis e Padel** e la **Federazione Italiana Sport Rotellistici**.

La Campagna avrà anche il sostegno di numerose concessionarie di pubblicità in tutta Italia, fra cui: **Vivenda, Esotas, Unigamma, Urban Vision, Mediazone, Looking4, Building Communication, Cairo Editore, Diendi, Italmedia, Palma ADV, Sindacato Provinciale Autonomo Giornalai e Rid 96.8.**

Il video promozionale, realizzato grazie al sostegno della media company **FRAME by FRAME** e con la voce di **Eleonora Daniele**, sarà veicolato sui canali social, nelle reti televisive in tutta Italia (es. **San Marino TV** e **Palma ADV**) e nei più importanti circuiti cinematografici.

Numerose aziende concorreranno ad ampliare le attività su tutto il territorio, tra le quali: **FASI** conferma il proprio sostegno alla **Campagna di ottobre** e al progetto **Carovana d'Argento**, contribuendo a rafforzare la presenza delle attività di prevenzione sul territorio. Grazie al supporto a favore di **Komen Italia**, sarà possibile proseguire il percorso della Carovana d'Argento da settembre a dicembre nei diversi Municipi romani e sostenere, al contempo, le tappe dei **Villaggi della Salute**.

Anche **TODIS** rinnova la sua adesione alla **Campagna di ottobre** con una particolare attenzione alle giornate del **Villaggio della Salute**, in programma a Roma l'8 e il 9 novembre.

DIFFUSIONE ITALIANA PREZIOSI metterà a disposizione i propri canali di comunicazione e le insegne del Gruppo per contribuire alla diffusione del messaggio e alla raccolta fondi.

Group Cycling, il 22 settembre l'energia di una pedalata collettiva sulle loro **speciali bike** darà il via all'illuminazione del **Colosseo** per sottolineare l'importanza dell'attività fisica come pilastro della prevenzione primaria.

È possibile sostenere la Campagna con una donazione anche sul sito www.prevenzione.komen.it, e ricevere la brochure con le regole e i consigli sui corretti stili di vita.

Ufficio Stampa e Promozione Komen Italia

Gessica Giglio

Mobile: 393-9147815

Giovanni Giglio

Mobile: 349-2415826

Phone: 06-64781820

promozione@studiogiglio.it