



18 maggio, IX Giornata Nazionale del Malato Oncologico

ul sito internet www.prevenzione-donna.it e sull'omonimo canale Youtube, in queste settimane si possono trovare le video puntate di un mini cortometraggio dedicato alla storia di Francesca, malata di cancro al seno

Scritto da Elisa Corbi il 15.05.2014

Nel nostro Paese il tumore al seno è la seconda tipologia di cancro più frequente e la prima causa di mortalità per tumore tra le donne (fonte: AIOM, 2013). In occasione della IX Giornata Nazionale del Malato Oncologico (18 maggio 2014), Pintinox, marchio italiano di utensili per la tavola e la cucina, promuove una campagna di sensibilizzazione sulla **prevenzione del tumore al seno**, in collaborazione con la onlus ESA Educazione alla Salute Attiva.



Istituita nel 2006 con Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri, su proposta di , la Giornata Nazionale del Malato Oncologico viene celebrata ogni terza domenica di maggio per alzare i riflettori su malati, sopravvissuti e tutte le persone che hanno vissuto da vicino la malattia.

Il tumore al seno colpisce 1 donna su 8 nell'arco della vita e nel 5% dei casi è ereditario. Buone abitudini e una diagnosi precoce possono però ridurre i rischi e permettere di individuarlo prima che sia clinicamente evidente, aumentando la probabilità di guarire di oltre il 90%.

Sul sito internet www.prevenzione-donna.it e sull'omonimo canale Youtube, in queste settimane si possono trovare le video puntate di un mini cortometraggio dedicato alla storia di **Francesca, malata di cancro al seno**. Un racconto in prima persona che offre l'occasione di approfondire il tema della prevenzione della malattia, con informazioni approvate dal comitato scientifico della onlus ESA Educazione alla Salute Attiva. Nella giornata di domenica 18 maggio 2014 il mini cortometraggio è online sul sito.



Pintinox è un produttore di utensili per la tavola e la cucina in acciaio inossidabile, presente da più di 80 anni sul mercato italiano. Produce posate, coltelli, pentole e vasellame commercializzati con i marchi Pintinox, Pinti 1929 e Bra in oltre 50 Paesi nel mondo. Leader nel settore della ristorazione, ha sviluppato numerose collezioni anche per la casa, portando l'esperienza e l'eccellenza dell'Ho.Re.Ca. tra le mura delle cucine domestiche. Ed è proprio in questo contesto che è nata la campagna "Prevenzione Donna": un progetto sociale per essere vicino alle proprie consumatrici dentro e fuori la cucina, sensibilizzandole su un tema importante per il loro benessere.

ESA Educazione alla Salute Attiva è un'associazione fondata nel 2007 per la sensibilizzazione alla cura della propria salute, e pone una particolare attenzione alla prevenzione del tumore al seno in età giovane. Composta da donne sensibili a questa tematica, ESA si propone di fornire un aiuto concreto, stipulando convenzioni con centri diagnostici per facilitare controlli periodici personalizzati anche a quelle fasce d'età escluse dallo screening mammografico del S.S.N.. Per l'affinità di obiettivo, ESA ha collaborato attivamente allo sviluppo della campagna "Prevenzione Donna" di Pintinox, in occasione della IX Giornata Mondiale del Malato Oncologico, supportando l'azione di FAVO – Federazione delle Associazioni di Volontariato in Oncologia – a cui è federata.