



Giornata cancro del rene, al via campagna Ipsen-Anture

Descrizione

(Adnkronos) è? Ogni anno, in Italia, circa 13.2821 persone ricevono una diagnosi di tumore del rene. L'incidenza è rimasta stabile negli ultimi anni e, oggi, sette su dieci sono vivi a cinque anni dalla diagnosi. A livello globale, il numero sale a 435.000 nuove diagnosi annuali. Secondo i risultati della Global patient survey dell'International Kidney Cancer Coalition (Ikcc) -l'unica indagine che fotografa l'esperienza delle persone con tumore del rene a livello mondiale e nazionale è? oltre l'85% dei pazienti riferisce un impatto significativo anche sul benessere emotivo. Nello specifico, il 50% soffre d'ansia e il 36% riporta episodi di depressione. Questi disagi, tuttavia, non sempre vengono espressi o condivisi con i familiari, caregiver e personale sanitario. Ad esempio, un paziente su tre informa una nota non confessa al proprio medico, la paura di una possibile recidiva di malattia. Per questo, il World Kidney Cancer Day 2026 è? che quest'anno si celebra il 18 giugno è? dedicato al tema dell'emotional wellbeing.

In occasione di questa giornata Ipsen promuove la campagna video di sensibilizzazione è? Reno e Rina lo sanno: le emozioni contano, con il patrocinio di Anture (Associazione nazionale tumore del rene) e di Ikcc (Coalizione internazionale per il tumore del rene). Protagonisti del video sono Reno e Rina, due reni di lana inseparabili, che si aiutano e si sostengono ogni giorno, soprattutto nei momenti di difficoltà. Un racconto sensibile e coinvolgente, capace di toccare le corde emotive dello spettatore. Una metafora che richiama il valore della condivisione, del supporto e della vicinanza, elementi fondamentali nel percorso di cura.

La diagnosi è? spesso tardiva e in circa il 30% dei casi si presenta già in fase avanzata o metastatica è? sottolinea Daniele Santini, ordinario di Oncologia, Sapienza Università di Roma -. Negli ultimi anni, sopravvivenza e guarigione sono migliorate grazie soprattutto a terapie mirate e all'immunoterapia, persino per i casi più gravi e insidiosi. Inoltre, anche i pazienti operati per un tumore renale convivono per diversi anni con una malattia cronicizzata, mantenendo una buona qualità di vita e svolgendo le mansioni quotidiane, inclusa una corretta attività sportiva, senza particolari limitazioni. Resta fondamentale la prevenzione primaria, poiché quella secondaria è? difficile, intervenendo su tre dei principali fattori di rischio: eliminando il fumo di sigaretta, contrastando l'obesità e mantenendo una normale pressione arteriosa. Con l'aumento dell'aspettativa di vita cresce anche l'importanza della comunicazione medico-paziente e caregiver, una vera alleanza

terapeutica, che può migliorare l'accettazione delle terapie, la qualità di vita del paziente e ridurre disturbi come l'ansia e la depressione.

Il World Kidney Cancer Day, la giornata mondiale di sensibilizzazione sul tumore del rene, si celebra ogni anno il secondo giovedì di giugno su iniziativa di Ikcc, una rete indipendente che riunisce associazioni di pazienti attive in oltre 45 Paesi. In Italia, è promossa da Anture con l'obiettivo di accrescere una corretta informazione su questa neoplasia di cui si parla ancora troppo poco. È una malattia che ha un impatto sul benessere emotivo del paziente ma anche dei familiari, che molto spesso si trasformano automaticamente in caregiver. dichiara Tonia Cinquegrana, presidente di Anture -. È motivo di ansia, induce a cambiamenti nelle relazioni personali, causa isolamento, limita le attività quotidiane comprese quelle lavorative e determina preoccupazioni per il futuro. Anche quest'anno come Associazione abbiamo deciso di sostenere in Italia la giornata internazionale. È infatti fondamentale fornire informazioni attendibili a tutta la popolazione, anche quella non coinvolta direttamente dalla neoplasia. I pazienti, dal canto loro, devono sapere che non sono soli e vanno incentivati a parlare apertamente dei problemi indotti dal tumore.

Il claim della giornata di quest'anno, "Kidney Cancer and Emotional Wellbeing", è stato scelto da Ikcc per puntare i riflettori sul ruolo fondamentale del benessere psicologico lungo tutto il percorso di malattia, dalla diagnosi alle fasi di cura e follow-up; promuovendo una maggiore attenzione ai bisogni emotivi non soltanto dei pazienti ma anche dei familiari. Abbiamo scelto di porre attenzione su un aspetto troppo spesso trascurato dell'assistenza oncologica sottolinea Claudia Ungarelli, vicepresidente di Ikcc -. Il benessere emotivo influisce sulla qualità di vita, sull'aderenza alle terapie e sul coinvolgimento attivo del paziente nel percorso di cura. La nostra indagine globale, condotta su oltre 2.600 pazienti e caregiver in 46 Paesi, ha evidenziato quanto sia ancora difficile accedere a un adeguato supporto psico-oncologico. Per questo è fondamentale superare l'idea che il supporto psicologico sia un elemento accessorio e riconoscerlo come parte integrante della cura.

Il video dal titolo "Reno e Rina lo sanno: le emozioni contano" sarà disponibile a partire dal 18 giugno sul sito web e sui canali social di Ipsen - Facebook, Instagram e LinkedIn - e su quelli di Anture. L'iniziativa è stata inoltre anticipata, dall'1 giugno, sempre sugli stessi canali, da una campagna teaser con l'obiettivo di incuriosire svelando alcune scene del video e messaggi legati all'importanza della condivisione.

Campagne come questa possono sensibilizzare tutta la popolazione e dimostrare che veicolare messaggi utili, anche attraverso spazi virtuali come i social network, è attuabile e utile commenta Sarah Scagliarini, Oncologia medica AORN Cardarelli di Napoli -. Per assicurare la diffusione di informazioni corrette, accessibili e vicine ai bisogni dei cittadini, noi medici dovremmo trovare dei contenitori digitali per comunicare ed essere presenti, non come alternativa o sostituzione della relazione medico-paziente, ma come estensione della nostra responsabilità di prevenzione e cura. La comunicazione medico-scientifica non può ignorare l'ecosistema digitale al quale si rivolgono i pazienti ed i familiari in cerca di informazioni sulla salute.

Il 18 giugno riferisce la nota, inoltre, prevista una campagna di guerrilla marketing. Circa 60 coppie di Reno e Rina, realizzate all'uncinetto con la tecnica giapponese amigurumi, saranno

posizionate in alcune zone di Milano, da Piazza Leonardo Da Vinci ai Giardini Indro Montanelli (Porta Venezia) fino ai Navigli. Ogni coppia sar  accompagnata da un cartellino esplicativo dell'iniziativa, con invito a scattare una foto e condividerla sui social con hashtag #RenoeRinaLoSanno, per contribuire a sensibilizzare sulla conoscenza del tumore del rene.

La delicatezza espressa da Reno e Rina richiama in modo potente la sensibilit  vissuta dalle persone con patologie oncologiche e sottolinea l'importanza di non affrontare la malattia in solitudine. Aprirsi e condividere il proprio vissuto rappresenta un passo fondamentale, ma non semplice, per alleggerire il carico emotivo - dichiara Irina Zotova, Presidente e Amministratore delegato di Ipsen Italia -. Ogni anno, come Azienda, scegliamo di unire le forze con Anture e Ikcc in questa importante giornata, che ci ricorda come anche le forme pi  complesse di tumore renale possano oggi essere affrontate grazie a trattamenti efficaci, frutto del costante progresso della ricerca scientifica. Allo stesso tempo,   essenziale garantire un supporto adeguato alla persona nella sua interezza, elemento determinante per accompagnarla lungo tutto il percorso.

  

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 17, 2026

Autore

redazione

default watermark