



XXV SPOT SCHOOL AWARD

Mediterranean
Creativity Festival

2001 2026
#theyoungestbird

In collaborazione con:



Aziende della
Comunicazione
Unite



FEDERAZIONE
RELAZIONI PUBBLICHE
ITALIANA



Caritas
Italiana
organismo pastorale della CEI



Ente
Nazionale
Protezione
Animali
Ente morale • ODV



Con il Patrocinio di:



REGOLAMENTO E BRIEF

www.spotschoolaward.it



Proposto da Europa Donna Italia

1) Cliente: Europa Donna Italia

Europa Donna Italia è il Movimento che tutela i diritti delle donne alla prevenzione e alla cura del tumore al seno. È un'associazione di promozione sociale, indipendente e senza scopo di lucro, e rappresenta la sede nazionale di Europa Donna – Breast Cancer Coalition, Movimento di respiro internazionale che tutela, presso le istituzioni pubbliche, i diritti delle donne nella prevenzione e nella cura del tumore al seno. Fondata nel 1994 a Milano su intuizione dell'oncologo Umberto Veronesi e per iniziativa della European School of Oncology, Europa Donna è oggi presente in 47 Paesi dell'Europa Allargata. Con l'obiettivo di rispondere in modo efficace alle esigenze delle donne prima, durante e dopo la malattia, Europa Donna svolge un'importante attività di sensibilizzazione sul tumore al seno, affermandosi come il principale movimento di opinione sul tema e operando in costante collaborazione con le associazioni di volontariato attive sul territorio. Ad oggi in Italia aderiscono a Europa Donna Italia circa 190 associazioni, residenti in tutte le Regioni. Le tre macroaree di intervento di advocacy riguardano:

Sensibilizzazione Diffondere un'educazione aggiornata alla prevenzione e al trattamento del tumore al seno presso una popolazione femminile sempre più ampia. Promuovere la partecipazione attiva delle donne nei processi decisionali e programmatici della cura.

Prevenzione Assicurare in ogni Regione il coinvolgimento di tutta la popolazione interessata nei programmi di screening mammografico, superando modelli standardizzati e favorendo percorsi personalizzati sulla base dei fattori di rischio individuali.

Cura Promuovere e monitorare l'istituzione della rete nazionale dei centri multidisciplinari di senologia (Breast Unit), in linea con le raccomandazioni europee e le linee di indirizzo del Ministero della Salute.

2) Campagna: Incremento della partecipazione agli Screening Mammografici Organizzati

Se una diagnosi precoce (prevenzione secondaria) può salvare la vita o rendere più leggera la cura, la fascia di età di accesso allo screening mammografico organizzato non è ancora garantita in modo uniforme su tutto il territorio nazionale.

- Basilicata, Emilia-Romagna, Lombardia, Marche, Toscana, Veneto: copertura estesa alle donne 45–74 anni.

- Friuli-Venezia Giulia, Piemonte, Valle d'Aosta: copertura 45–74 anni su richiesta, senza invio automatico della lettera di invito.

- Abruzzo, Calabria, Campania, Lazio, Liguria, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia, Trentino-Alto Adige, Umbria: screening limitato alla fascia 50–69 anni.

Questa disomogeneità, sia nelle modalità di invio degli inviti sia nell'offerta dei servizi regionali di prevenzione, incide negativamente sull'adesione effettiva allo screening mammografico organizzato. Europa Donna Italia individua, dunque, due priorità strategiche sul tema della prevenzione:

1. Uniformare l'accesso allo screening mammografico nella fascia 45–74 anni in tutte le Regioni;

2. Aggiornare e rimodulare il messaggio, le modalità di invito allo screening e la comunicazione degli esiti, adeguando ove necessario il servizio strutturale delle ASL regionali per facilitare la relazione con le cittadine;

Il brief si focalizza sul tema della prevenzione secondaria, con l'obiettivo di completare in tutte le Regioni italiane l'estensione dello Screening Mammografico Organizzato (SMO) alla fascia di età 45–74 anni e di raggiungere un'adesione prossima al 100% da parte delle cittadine.

Uniformare, su scala nazionale, la fascia di età degli screening mammografici organizzati (45–74 anni), con particolare attenzione alle Regioni che ancora non garantiscono questo servizio sanitario in modo strutturato e proattivo. Incentivare le cittadine ad aderire agli Screening Mammografici Organizzati.

3) Posizione attuale (il gap da colmare)

Associazione Italiana di Oncologia Medica (AIOM), AIRTUM (Associazione Italiana Registri Tumori), Fondazione AIOM, Osservatorio Nazionale Screening (ONS), PASSI (Progressi delle Aziende Sanitarie per la Salute in Italia), PASSI d'Argento e della Società Italiana di Anatomia Patologica e di Citologia Diagnostica (SIAPeCIAP), mostrano come, solo nel 2024, in Italia sono state registrate 390.100 nuove diagnosi di tumore.

I dati, inoltre, mostrano chiaramente:

- quanto lo stile di vita incida sul rischio di sviluppare un tumore (prevenzione primaria);

- quanto la mancata partecipazione ai test diagnostici influisca sull'individuazione

tardiva della malattia (prevenzione secondaria).

In Italia, oggi, la popolazione eleggibile per questo servizio riguarda circa 20 milioni di donne e purtroppo solo il 49% di esse partecipa regolarmente agli Screening Mammografici Organizzati proposti dal SSN.

Resta fondamentale rafforzare l'azione di sensibilizzazione nei confronti dei decisori nazionali, affinché intervengano in modo concreto su questo tema. Alla luce dell'anticipazione dell'età di insorgenza del tumore al seno e dell'aumento dei casi dopo i 70 anni, garantire una diagnosi precoce diventa un dovere collettivo. Il diritto alla prevenzione non può dipendere dalla Regione di residenza.

4) Posizione desiderata (obiettivo della campagna)

Obiettivo principale:

- 1. popolazione femminile:** incentivare tutte le donne tra i 45 e i 74 anni a partecipare agli Screening Mammografici Organizzati, in base alla copertura prevista dalla propria Regione
- 2. autorità sanitarie regionali:** promuovere presso gli assessorati alla prevenzione sanitaria l'adeguamento all'estensione dell'età uniforme del servizio in tutte le Regioni, cioè 45-74 anni per tutte le cittadine.

Motivazioni / Benefit

- L'identificazione precoce di un tumore può salvare la vita o rendere il percorso di cura meno invasivo.
- Lo Screening Mammografico Organizzato è gratuito, segue protocolli europei e indirizza le donne verso le Breast Unit, garantendo: o un percorso unitario e multidisciplinare o elevati standard di cura o terapie innovative. Il percorso include l'intero iter: dalla diagnosi precoce agli approfondimenti diagnostici, dalla riabilitazione post-operatoria (fisica e psicologica) ai controlli di follow-up, fino alla gestione del rischio ereditario.

Declinazione regionale:

Secondo i dati dell'Osservatorio Nazionale Screening (ONS), la media nazionale di adesione allo screening è pari a circa 49%, con forti differenze territoriali:

- Sud: circa 20% (es. Calabria)

- Nord: fino al 70–80% (es. con punte più elevate in Lombardia)
- Centro-Nord: valori intermedi (es. Liguria circa 60%).

L'obiettivo di Europa Donna Italia è una adesione prossima al 100%.

5) Pubblico obiettivo (Target)

- Donne e giovani donne
- Regioni e decisori istituzionali
- Popolazione civile

6) Tono della comunicazione

Coinvolgente, rassicurante e con una chiara valenza di senso civico per garantire a tutti i cittadini il diritto alla salute descritto nella Costituzione all'articolo 32.

Note: si richiede l'uso del logo ufficiale di Europa Donna Italia per approfondimenti www.europadonna.it

#TheYoungestAward

XXV SPOT SCHOOL AWARD

Mediterranean
Creativity Festival

2001 2026

#theyoungestaward

Sponsor

coo'ee®

Partner

logo
fausto
impetu
editore

ym

YouMark