



COMUNICATO STAMPA

Promosso da Janssen e SIU, torna in Italia il movimento globale “Movember” che dedica il mese di novembre alla sensibilizzazione sulla salute maschile

Attenzione alla prostata: tumore ignorato dal 31% degli over 50. Poca la prevenzione Il 76% dei maschi pensa di poter guarire ma non conosce le nuove cure

Un'indagine esclusiva condotta dalla società Doxa, per conto di Janssen, tra 350 maschi italiani con più di 50 anni, attesta una conoscenza insufficiente sul tumore della prostata ritenuto fra i meno pericolosi.

Totalmente assente la prevenzione: 1 uomo su 3 (37%) non è mai stato dall'urologo e 1 su 4 (25%) non ha mai eseguito il PSA, con un totale di 20% di maschi nella fascia più a rischio per la malattia che non ha mai effettuato visite ed esami specialistici. Per questo è importante la campagna 'Movember', movimento di sensibilizzazione e opinione, che dedica il mese di novembre alla salute al maschile e in particolare quella urologica, a cui Janssen dà la sua adesione per il sesto anno consecutivo

Milano, 23 Ottobre 2018 – Il tumore alla prostata non fa paura: neppure al 31% di maschi over 50, i più a rischio per lo sviluppo della malattia, anche nelle forme più gravi, che lo ritengono poco pericoloso così da abbassare la guardia sull'informazione, insufficiente o molto scarsa per circa il 54% degli uomini e, peggio, sulla prevenzione. Il 37%, infatti, non ha mai effettuato una visita specialistica dall'urologo e il 25% non ha mai eseguito un esame del PSA, con un totale di 20% di maschi over 50 che non si è mai sottoposto ad accertamenti mirati. Sono i dati, allarmanti, emersi da una indagine condotta da Doxa Pharma per conto di Janssen fra 350 uomini di età superiore ai 50 anni, equamente distribuiti sul territorio. Fra questi, 1 maschio su 2 – poco più del 44%, per lo più fra 50 e 70 anni e residente al Nord – è al corrente dell'esistenza del tumore tanto da citarlo spontaneamente fra quelli a più larga diffusione nei maschi, influenzati per lo più dal sentito dire dei media (49%) o da un'esperienza indiretta con la malattia (56%) di amici e parenti. Ma il 58% non ne ha mai parlato con il medico di medicina generale o lo specialista. Deriva da qui una percezione errata – o una conoscenza personale insufficiente – di questo tumore che vede quasi 35 mila nuovi casi l'anno solo in Italia (2017), con forte probabilità per 1 uomo su 8 di incappare nella malattia nell'arco della vita, ma di sopravvivere ad essa nel 91% dei casi a cinque anni dalla diagnosi. Questa 'certezza' di guaribilità (dichiarata dal 76% dei maschi), rappresenta tuttavia il maggiore fattore di rischio per la disinformazione: solo 1 maschio su 2 conosce i sintomi del tumore alla prostata. Solo pochi ritengono il tumore alla prostata invalidante, con un impatto importante sulla qualità della vita e la sessualità (38% circa), a rischio per la vita (57%) o lo associano a cure chemioterapiche sfiancanti (53%), che fanno perdere i capelli (41%) e 'obbligano' ad andare in ospedale (70%). In questo panorama critico, un dato positivo c'è: i maschi ritengono di dover essere 'educati' (83%) sul tumore della prostata, specie riguardo la prevenzione e alle nuove cure 'chemio free'. “Come è successo per altre patologie oncologiche in passato, oggi anche il tumore alla prostata sta vivendo il suo ingresso in una nuova era fatta di terapie più personalizzate e meno

invalidanti, grazie alle quali si può cominciare a parlare di cronicizzazione della malattia. Farmaci orali a domicilio, rappresentano una valida alternativa terapeutica anche nelle forme di carcinoma prostatico più aggressivo, come quello metastatico alla diagnosi, garantendo oltre al beneficio in sopravvivenza anche una buona tollerabilità ed un miglioramento della qualità di vita” spiega Vincenzo Mirone. Con questo scopo di sensibilizzazione continua ‘Movember’, un movimento di informazione sulla salute maschile promosso da SIU e Janssen, con l’intento di fare alzare la guardia e l’attenzione sul tumore alla prostata, ancora un tabù per circa la metà degli italiani over 50.

“I maschi italiani conoscono poco o affatto il tumore della prostata – dichiara **Vincenzo Mirone**, professore ordinario di urologia all’Università Federico II di Napoli e direttore della scuola di specializzazione in urologia dello stesso ateneo – ritenendolo nel 31% dei casi fra i meno pericolosi per la propria salute, rispetto ad altri ritenuti invece i più pericolosi, come ad esempio il pancreas (47%) o polmone (28%). Una percezione dovuta al fatto che lo stimano *curabile con vari metodi ed anche diagnosticabile con qualche esame che non ricordano di preciso*. Maschi che si contrappongono alla minoranza che lo considerano, invece, *un tumore molto diffuso, che limita l’uomo fisicamente, creando un importante stato depressivo e impattante sulla qualità della vita quotidiana, sessuale, compreso il bisogno di urinare spesso*”.

Il valore positivo è che i maschi riconoscono la propria ‘insufficienza’ conoscitiva – votata mediamente intorno al 5 – sul tumore alla prostata, tanto da non sapere valutare nel 49% dei casi (1 maschio su 2) i sintomi o riferire le possibili terapie, con una consapevolezza terapeutica, molto scarsa e generica. “Un fenomeno di disinformazione – spiega il prof. **Mirone** – che ricade pesantemente sulla prevenzione, invece la prima via di cura contro la malattia, tanto che 1 uomo su 3 over 50 (37% vs 45% fra gli over 50-60) non è mai andato dall’urologo e 1 su 4 (25% vs 33% fra i 50-60enni) non ha mai effettuato il PSA, con circa il 20% totali degli over 50 (vs 23% tra i maschi di età 50-60 anni) che non ha mai fatto né una visita né un esame specialistico. Dati allarmanti se si considera che la fascia compresa tra 50 e over 70 è quella più a rischio per lo sviluppo del tumore alla prostata e che anche in questa classe di popolazione sono pochi gli stimoli che invitano a fare prevenzione, tra questi il timore di poter morire, avvertito dal 57% dei maschi, o di poter subire una limitazione della attività quotidiane, nel 38% dei casi”.

“La buona notizia è che, grazie ai progressi della ricerca, anche per questa patologia abbiamo nuove prospettive in termini di terapie che hanno dimostrato di stabilizzare la malattia a lungo termine, ‘chemio free’, indicate anche in pazienti con una diagnosi di tumore aggressivo, metastatico già alla diagnosi – aggiunge il prof. **Mirone** – Questi casi che normalmente, fino a oggi, sono stati trattati con ormonoterapia in combinazione a chemioterapia possono essere trattati oggi con questi nuovi agenti terapeutici. È stata ora dimostrata l’efficacia del primo trattamento che combina alla terapia ormonale classica un farmaco orale a domicilio (in particolare l’abiraterone), anche nei pazienti con tumore metastatico già alla diagnosi. Questo comporta vantaggi sia in termini di tollerabilità che di qualità di vita e di impatto sulla quotidianità, aprendo la prospettiva a una possibile cronicizzazione della malattia anche nelle forme di tumore ad alto rischio, più aggressive. Gli studi effettuati su abiraterone hanno dimostrato una sopravvivenza superiore al 50% dopo 41 mesi di follow-up e una riduzione della mortalità del 36% rispetto al controllo”.

“Movember è un’importante iniziativa che Janssen sostiene già da sei anni, ogni volta con rinnovato entusiasmo e impegno per dare seguito anche in Italia a questo movimento globale fatto da uomini per gli uomini – afferma **Massimo Scaccabarozzi**, Presidente e Amministratore Delegato di Janssen Italia – Queste campagne dedicate alla prevenzione e alla sensibilizzazione sui tumori sono fondamentali per rafforzare la collaborazione tra società scientifiche, associazioni di pazienti e mondo dell’industria. Il nostro impegno in particolare in quest’area è significativo: basti pensare che Janssen ha ben 3 nuove molecole, attualmente in sviluppo specificatamente per tumori urologici”.

Sul tema delle cure e della prevenzione i maschi italiani avvertono la necessità di campagne di sensibilizzazione (61%), che coinvolgano anche i giovani (63%), perché è dalle fasce di età più giovanili che deve introdursi un forte impulso alla cura della propria salute e del proprio benessere.

Ben vengano campagne che informino sulla sintomatologia, diagnosi, trattamenti, prevenzione e esperti di riferimento per il tumore alla prostata. “La vera sfida per la Società Italiana di Urologia (SIU) e gli urologi in generale – conclude **Paolo Verze**, Ricercatore di Urologia dell’Università Federico II di Napoli e membro del Comitato Scientifico della Fondazione PRO Onlus – è dunque non solo quella di sensibilizzare ma di preparare il maschio a una vera ‘cultura’ della prevenzione, che non può prescindere dal dedicarsi quotidianamente al proprio benessere attraverso uno stile di vita corretto. Bisogna sempre più avvicinarsi al “modello femminile”, perché la donna è molto più sensibile e attenta a mettere in atto ogni misura necessaria per ‘scovare’ anche patologie oncologiche in maniera precoce e tempestiva per garantirsi migliore curabilità, anche con terapie mininvasive e minore impatto sulla qualità della vita”. Questa è la sfida anche di ‘Movember’, un movimento di sensibilizzazione, attivo su tutto il territorio nazionale per il mese di novembre, che si pone l’obiettivo di invertire la tendenza di disinformazione, portando il maschio ad occuparsi con attenzione della propria salute, più precisamente delle problematiche attinenti all’apparato uro-genitale, tumore della prostata compreso.

“Europa Uomo Italia – conclude la presidente **Maria Grazia De Cristofaro** – ringrazia Janssen per il sostegno alle campagne di informazione e sensibilizzazione sul tumore alla prostata: è infatti indispensabile stabilire un’alleanza fra il volontariato, le istituzioni e il settore privato per colmare il divario di conoscenza rispetto ai tumori che colpiscono il genere femminile. Proprio per questa ragione, Janssen è al nostro fianco anche per la campagna Novembre Azzurro – fai luce su di te – che utilizza il linguaggio semplice e potente dell’arte per parlare in modo diretto di un tema così delicato e complesso”.

Nota informativa (Delibera dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010, all. A, art. 4)

Soggetto realizzatore: Doxa Pharma Srl - Milano. *Soggetto committente:* Janssen-Cilag SpA. *Soggetto acquirente:* Janssen-Cilag SpA. *Estensione territoriale del campione:* nazionale. *Consistenza numerica del campione:* 350 interviste CATI a uomini con età dai 50 anni - *Data di esecuzione:* Settembre-Ottobre 2018.

Il documento completo relativo al sondaggio è disponibile sul sito www.agcom.it.

JANSSEN ONCOLOGY. CONTRO IL CANCRO OGNI VITTORIA CONTA

Il nostro impegno è rivolto alla ricerca di nuove terapie affinché, in futuro, la parola "cancro" possa essere meno terribile da sentire per i pazienti e da pronunciare per i medici. Abbiamo l’obiettivo di far progredire la scienza affinché il cancro diventi una condizione gestibile e con prospettive di cura.

Ci concentriamo su tipi e sottotipi di cancro che meglio conosciamo, rivolgendo la nostra attenzione nelle aree in cui la nostra comprensione dei processi patologici e dei bisogni dei pazienti è più profonda e possiamo ottenere il risultato più significativo. La nostra ricerca si spinge oltre: stiamo lavorando su processi di intercettazione precoce del cancro, in collaborazione con partner scientifici di eccellenza e attraverso forme di collaborazioni innovative.

Il nostro impegno nella ricerca di farmaci per il trattamento del cancro ha cominciato a dare i primi risultati fin dal 1988 e i nostri sforzi continueranno finché ci saranno persone che hanno bisogno di nuove opzioni di trattamento.

Da tre anni Janssen è in testa al Productive Pharma Index, classifica basata sui seguenti parametri: molecole in pipeline; necessità terapeutiche ancora senza risposta a cui sono destinate le terapie; designazione di Breakthrough Therapy da parte di FDA, in riconoscimento di farmaci particolarmente innovativi per cui è previsto un iter approvativo accelerato

Cinque nuovi farmaci approvati in Europa negli ultimi quattro anni: daratumumab, ibrutinib, abiraterone, siltuximab, decitabina. Quattro nuove molecole nelle fasi finali di sviluppo in area oncologia: imetelstat, erdafitinib, apalutamide, e niraparib. L’immuno oncologia è un campo di ricerca medica estremamente promettente, Janssen ha attualmente in sviluppo un numero significativo di molecole in quest’area: otto in fase di sviluppo clinico e sette in fase preclinica.

Ufficio Stampa Janssen Italia

Tel 02.2510809

Sabrina Spina

Mob. 344.2836564

E. sspina1@its.jnj.com

Ufficio stampa SIU

Health Media Srl

Gino Di Mare (339.8054110)

Carlo Buffoli (349.6355598)