

Comunicato Stampa

Milano, 19 aprile 2024

About Vittoria Assicurazioni

Vittoria Assicurazioni è una compagnia indipendente costituita nel 1921 con sede a Milano. La società opera in tutti i Rami Danni e Vita sull'intero territorio nazionale attraverso una capillare organizzazione commerciale e si propone come l'assicuratore delle famiglie e delle piccole e medie imprese.

Vittoria Assicurazioni è soggetta all'attività di direzione e coordinamento della Capogruppo Yafa S.p.A.

Sede e Direzione Generale

Via Ignazio Gardella, 2
20149 Milano, Italia
T +39 02 48219.1
F +39 02 48203693
www.vittoriaassicurazioni.com

Ufficio Stampa: Doppia Elica

Gloria Dal Molin
T. +39 02 409993057
M. +39 393 8291512
g.dalmolin@doppiaelica.com

Vittoria Assicurazioni ha tutti i numeri per portare in meta la prevenzione dei tumori femminili

Sabato 20 aprile la Nazionale Italiana Femminile di Rugby indosserà la maglia speciale *Vittoria For Women -The Numbers of Prevention*. A disposizione il VittoriaBus per le visite senologiche gratuite e riaperta la raccolta fondi, con anche la messa all'asta delle maglie personalizzate, a supporto della prevenzione.

[Vittoria Assicurazioni](#) ha presentato oggi, venerdì 19 aprile, il progetto [Vittoria For Women – The Numbers of Prevention](#) realizzato in collaborazione con la **Federazione Italiana Rugby (FIR)** e la **Fondazione Specchio dei tempi** a supporto della prevenzione. Protagonista dell'iniziativa la maglia speciale che tutte le giocatrici della Nazionale Italiana Femminile di Rugby indosseranno domani, sabato 20 aprile, nel pre-partita della sfida Italia-Scozia, ultimo appuntamento casalingo del Sei Nazioni Femminile 2024.

La maglia "parlante" avrà il compito di sensibilizzare il pubblico che assisterà all'incontro, e in generale la popolazione, sulla prevenzione delle malattie oncologiche femminili. Come esplicitato anche nel claim che accompagna il progetto "*I numeri delle Azzurre, per i numeri della prevenzione*", a ogni numero di maglia delle rugbiste è stato associato un dato ufficiale per ricordare come l'adozione di pratiche e accorgimenti virtuosi possa rivelarsi la migliore attenzione che qualsiasi persona possa dedicare a se stessa.

"Per guardare al futuro la prevenzione gioca un ruolo cruciale. Proteggersi prima che si verifichi un evento è, infatti, fondamentale se non si vuole rischiare di essere sopraffatti e – in alcuni casi vinti – da forze maggiori. Ecco perché non smetteremo mai come Compagnia di

smuovere le coscienze e rendere sia le donne che gli uomini più consapevoli e informati affinché possano prendere decisioni positive non solo per se stessi, ma anche per tutte le persone che stanno loro accanto”, afferma **Matteo Campaner, Direttore Generale di Vittoria Assicurazioni.**

Vittoria For Women – *The Numbers of Prevention* rientra nelle diverse campagne messe in atto da Vittoria Assicurazioni per consolidare il suo impegno verso la collettività tramite azioni tangibili rivolte, in particolar modo, alle donne. Iniziative che sono racchiuse sotto un unico brand: **Vittoria for Women.**

“Il messaggio che vogliamo trasmettere attraverso il Vittoria for Women - The Numbers of Prevention è il valore inestimabile della prevenzione, prioritaria in qualsiasi periodo dell’anno. Vogliamo testimoniare con evidenze reali e positive come essere tempestivi nella diagnosi e, quindi, nella cura, può realmente salvare una vita”, spiega **Luciano Chillemi, Responsabile Comunicazione Istituzionale e Customer Care di Vittoria Assicurazioni.**

“Con Vittoria Assicurazioni e con i suoi vertici il rapporto va, da tempo, ben oltre la semplice partnership sportiva e commerciale. Abbiamo trovato dei compagni di strada preziosi, che condividono con noi il modo di intendere la vita e lo sport dentro e fuori dal campo. Per FIR l’impegno concreto nel mondo che ci circonda è fondamentale per assolvere al compito di influenzare positivamente la società. Come Presidente FIR sono orgoglioso che la nostra Nazionale Femminile, un fiore all’occhiello del rugby italiano, possa contribuire a sensibilizzare sempre più donne all’importanza della prevenzione oncologica. Come medico con oltre quarant’anni di esperienza, sono riconoscente a Vittoria Assicurazioni e alle nostre Azzurre per aver fatto squadra nel divulgare un messaggio tanto importante”, dichiara **Marzio Innocenti, Presidente della FIR.**

Dalle ore 15:00 fino alla conclusione del match, inoltre, fuori dallo stadio Sergio Lanfranchi di Parma, sarà presente anche il **VittoriaBus**, un centro di prevenzione e informazione itinerante acquistato grazie alla raccolta fondi avviata nel 2023 durante il Vittoria For Women Tour e la Vittoria For Women Run, che, gestito dalla Fondazione Specchio dei tempi, sarà adibito a sala medica per una visita senologica gratuita per tutti i tifosi e non. Raccolta fondi che viene ufficialmente riaperta in occasione di questa giornata e che, oltre ai consueti canali come il [sito web](#) o le donazioni in loco, vedrà la messa all’asta delle maglie personalizzate delle giocatrici azzurre. In particolare le maglie tecniche potranno essere aggiudicate in vari momenti: sia dopo la partita del 20 aprile che in occasione delle sei tappe del Vittoria for Women Tour in programma dal 26 giugno con la prima tappa di Milano Marittima fino al 27 luglio con la tappa finale in Campania. Il progetto è stato ideato e sviluppato dall’agenzia Integer.

“I numeri sono sempre importanti. Dicono la verità. E i numeri della

prevenzione che spiccano sulle maglie delle giocatrici consentono di avere chiara l'efficacia di un'azione sul territorio. L'offrire la prevenzione, quasi porta a porta, annulla l'ostacolo della distanza fra la gente e la sanità. E sopperisce, in numerose regioni italiane, a reti di prevenzione che hanno una capillarità molto relativa, comunque insufficiente. L'esperienza ci dice che queste azioni salvano realmente vite. L'anno scorso sono state alcune decine le donne avviate prontamente alle cure dopo i controlli dei ginecologi sui nostri ambulatori mobili. Quest'anno siamo pronti a continuare così, pronti a salvare altre decine di vite", asserisce **Angelo Conti, Vice President Operations della Fondazione Specchio dei tempi.**

"Sono molto felice che il nostro main sponsor sostenga le donne con una campagna così importante. La prevenzione riguarda tutte noi ed è bene accendere una luce su una questione che spesso viene sottovalutata, ma che, solo grazie all'aumento della consapevolezza, può salvare vite e ridurre l'incidenza del cancro nella società. Per questo vestiremo nel riscaldamento la maglia con i numeri della prevenzione, perché siamo convinte che portare sul terreno di gioco un messaggio così importante possa essere un vero e proprio invito a prendersi cura di se stessi. Infine, vorrei rivolgere un invito a tutte le persone che verranno a seguirci sabato al Lanfranchi: prendetevi 10 minuti e approfittate della presenza del VittoriaBus. Una visita senologica può salvarvi la vita. Noi dal canto nostro ce la metteremo tutta per condividere questo messaggio e per diffondere la cultura della cura di sé in campo e fuori", commenta **Elisa Giordano, Capitana della Nazionale Italiana Femminile di Rugby.**

Vittoria for Women

Vittoria for Women è un progetto articolato che si compone di molte iniziative guidate dallo stesso file rouge: il benessere delle donne. Come il bando sociale *AssiCuriamo Insieme*, giunto quest'anno alla seconda edizione, che promuove progetti attivi sui temi della lotta contro la violenza di genere e della prevenzione delle malattie femminili. Oppure il *Vittoria for Women Tour* in partenza a giugno per il secondo anno consecutivo: un viaggio itinerante organizzato con la Fondazione Specchio dei tempi e la FIR nella cornice del Trofeo Italiano di Beach Rugby per sensibilizzare sul tema della prevenzione oncologica con la possibilità di effettuare una visita senologica gratuita presso il VittoriaBus. O ancora, in continuità con la responsabilità assunta nei mesi più caldi dell'anno, la *Vittoria for Women Run*, l'annuale corsa aziendale che, dallo scorso anno, è stata aperta a tutta la città di Milano.

I numeri della prevenzione delle maglie della Vittoria for Women - The Numbers of Prevention:

1. 1 milione di donne guarda al futuro dopo 5 anni dalla diagnosi (fonte [Sole 24 Ore - Aigom](#))
2. Ogni 2 anni fai una mammografia per prevenire il tumore (fonte [Ministero della Salute](#))

3. 3 screening sono indispensabili per prevenire i tumori femminili (fonte [Ministero della Salute](#))
4. 4 febbraio giornata mondiale per la lotta contro il cancro (fonte [Ministero della Salute](#))
5. 5 sono i tumori ginecologici (fonte [Gruppo San Donato](#))
6. 6 milioni di persone si sono salvate grazie alla prevenzione (fonte [AIRC](#))
7. Solo il 7% dei tumori al seno sono causati da fattori ereditari (fonte [IOV - Istituto Oncologico Veneto](#))
8. In 8 casi su 10 il tumore al seno inizia con un nodulo (fonte [LILT](#))
9. 9 donne su 10 sopravvivono al tumore al seno (fonte [AIRC](#))
10. Servono 10 minuti per fare l'autopalpazione (fonte [La Repubblica](#))
11. 11 anni l'età in cui viene offerta in Italia la vaccinazione per il papilloma virus (fonte [Ministero della Salute](#))
12. 12 punti definiscono le priorità della lotta ai tumori (fonte [Salute Donna Onlus](#))
13. In 13 anni sono state salvate 268 mila vite dai tumori (fonte [AIOM](#))
14. Il 14% delle nuove diagnosi ogni anno è un tumore al seno (fonte [AIRC](#))
15. Il 15% delle donne italiane fuma, aumentando il rischio di un tumore (fonte [AIOM](#))
16. L'HPV 16 è il principale ceppo responsabile del tumore al collo dell'utero (fonte [EpiCentro](#))
17. Sono 17 le sostanze che favoriscono lo sviluppo di un tumore (fonte [Humanitas](#))
18. 18 mila casi di tumore in più sono stati diagnosticati dal 2020 (fonte [AIRC](#))
19. Già dai 19 anni è consigliabile eseguire l'autopalpazione ogni mese (fonte [AIRC](#))
20. 20 settembre giornata mondiale dei tumori ginecologici (fonte [ASL Piemonte/Biella](#))
21. Oltre il 21% dei fattori di rischio dei tumori si può eliminare modificando lo stile di vita (fonte [Ministero della Salute](#))
22. Il 22% delle donne over 70 è colpito dal tumore al seno (fonte [IOV - Istituto Oncologico Veneto](#))
23. Nel '23 i tumori più frequenti sono stati quelli alla mammella (fonte [AIRC](#))

Creative Director: Sara Ermoli

Art Director: Lidia Gramolelli

Copywriter: Anita Lombardo

Junior Art Director: Alexia Nucci

Senior graphic designer: Giovanna Fabiano

Business Lead: Elisa Schneider

Project Manager: Mariafrancesca Fedele

Producer, Responsabile parte fotografica: Silvia Congiu