

“LA DEPRESSIONE NON SI SCONFIGGE A PAROLE” PARTE LA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE SU UNA PATOLOGIA ANCORA TROPPO IGNORATA E SOTTOVALUTATA

3 milioni di malati in Italia, 2 su 3 sono donne

Con il Trio Medusa, Società Scientifiche e Associazioni di Pazienti per squarciare il peso del silenzio e dello stigma che circonda chi soffre di depressione

Obiettivo: raggiungere e aiutare in un anno 1,5 milioni di malati e oltre 4 milioni di caregiver in Italia

Milano, 30 settembre 2020 – “Dai, tirati su”, “Prova a reagire”, “Esci e vedi come ti riprendi” sono alcune delle frasi che spesso si usano quando i nostri cari si rivolgono a noi in un momento di difficoltà o che noi stessi ci siamo trovati ad utilizzare in qualche circostanza.

Ci sono volte in cui, però, chi ascolta queste esortazioni non si trova di fronte ad una momentanea difficoltà, non è semplicemente *triste* o *sfiduciato*: è **depresso**. Ed essere depressi significa essere malati, perché la depressione è **una vera e propria malattia, non uno stato d’animo**.

La Campagna **La Depressione non si Sconfigge a Parole** nasce proprio dalla necessità di diffondere questa presa di coscienza, **giocando in maniera originale sul contrasto fra il vissuto del paziente e le esortazioni che in buona fede vengono offerte dalle persone che lo circondano**, per comunicare, anche visivamente, quanto possano essere travisati la natura e l’impatto di questa patologia.

L’obiettivo che Janssen Italia, l’azienda farmaceutica del Gruppo Johnson & Johnson, si è prefissata attraverso la Campagna è molto ambizioso: raggiungere e sensibilizzare insieme a Clinici, Società Scientifiche e Associazioni di Pazienti almeno 1 milione e mezzo di italiani affetti da depressione e oltre 4 milioni di caregiver entro la fine del 2021, così da riconoscere e affrontare con il giusto supporto e trattare con gli strumenti più adeguati una patologia così complessa e impattante.

La campagna si avvale del patrocinio sia delle Società Scientifiche - **SIP**, Società Italiana di Psichiatria, **SINPF**, Società Italiana di Neuropsicofarmacologia, **SIPS**, Società Italiana di Psichiatria Sociale, **SIMG**, Società Italiana di Medicina Generale e delle Cure Primarie - che dei rappresentanti dei pazienti - **Osservatorio ONDA**, **Progetto Itaca Onlus** e **Cittadinanzattiva APS**.

Inoltre, ad unirsi a questa collaborazione trasversale a tutti i soggetti coinvolti nella lotta alla depressione in Italia, anche dei testimonial che ne rappresentano appieno la cifra originale: il **Trio Medusa**, cui è affidato il compito, attraverso i propri account social, di catturare l’attenzione e sensibilizzare un pubblico vasto ed eterogeneo.

Un pubblico che potrà trovare nei due canali della Campagna (pagina **Facebook abcdepressione** e sitoweb **abcdepressione.it**) una fonte preziosa di informazioni sulla malattia, i sintomi, l’importanza di una diagnosi corretta e tempestiva, di una cura efficace, di un supporto medico adeguato.

Definita dall’Organizzazione Mondiale della Sanità “tra le prime cause di disabilità a livello mondiale”, **nel nostro Paese la depressione – in tutte le sue forme – colpisce complessivamente più di 3 milioni di pazienti**, con una netta prevalenza nel genere femminile (2 milioni).

Con il Patrocinio di



La **depressione maggiore (MDD)**, una tipologia particolarmente grave della patologia, **interessa 1 milione di malati**: di questi, solo la metà ottiene una diagnosi ed il trattamento appropriato.

Inoltre, più di 130.000 pazienti non rispondono ai trattamenti tradizionali nonostante una corretta aderenza alle terapie, somministrate a dosi e con tempi adeguati: in questi casi si parla di **Depressione Resistente al Trattamento (TRD)** e purtroppo non vi sono ad oggi opzioni terapeutiche risolutive per le persone che soffrono di questa grave patologia.

Due dati drammatici testimoniano il rischio di una mancata presa in carico di questa patologia: **in Europa il 60% dei suicidi viene commesso da persone che soffrono di depressione e il 15-20% di tutti i malati di depressione tenta il suicidio.**

Anche l'impatto economico di questa patologia è molto rilevante: si stima che in Italia il costo sociale della depressione, in termini di ore lavorative perse, sia complessivamente pari a **4 miliardi di euro l'anno, con i pazienti affetti da TRD che perdono mediamente 42 giornate di lavoro all'anno, circa 1 giorno a settimana.** A questi costi si aggiungono quelli legati ai caregiver, anch'essi elevati, tenendo conto che per ogni paziente sono coinvolti almeno 2-3 familiari ed un altrettanto rilevante costo diretto, che in media varia dai 4.913€ per paziente con depressione per arrivare ai 5.555€ per gli affetti da TRD.

L'Onorevole Beatrice Lorenzin: *“La depressione è una malattia ancora sommersa che colpisce sempre più persone e ha registrato con il Covid-19 un'intensificazione preoccupante. È importante comunicare la malattia mentale in modo differente, pensando al contesto relazionale in cui è inserito il paziente, dalla famiglia all'intera società, perché non riguarda soltanto il malato. Il linguaggio è uno strumento importante per evitare, da una parte, la demonizzazione della malattia mentale, dall'altra per scongiurarne la banalizzazione.”*

“Ci ha subito colpiti l'originalità del linguaggio scelto da questa Campagna e il modo potente in cui rappresenta il contrasto, la distanza tra le parole e il vissuto nascosto di una malattia fantasma per la gran parte di noi. Abbracciando questo progetto vogliamo dare il nostro contributo per aiutare chi ne soffre a trovare un modo reale di affrontare la sua malattia. Non vediamo l'ora, quindi, di farci ambasciatori dei messaggi di speranza e coraggio di questa Campagna, dando tutto il nostro supporto alla diffusione di questi importanti temi” ha dichiarato **Il Trio Medusa.**

“Con questo ambizioso progetto, Janssen conferma il proprio impegno nel campo della salute mentale, un impegno che dura da oltre 60 anni e che ha portato la nostra ricerca a sviluppare 2 farmaci ritenuti fondamentali dall'OMS per il trattamento della schizofrenia” - dichiara **Massimo Scaccabarozzi, Presidente e Amministratore Delegato di Janssen Italia,** l'azienda farmaceutica del Gruppo Johnson&Johnson. *“Questa Campagna ha raccolto attorno a sé tutti gli attori del sistema della salute mentale per offrire un contributo concreto ai pazienti e ai loro cari e far sì che la depressione non sia più considerata uno stigma, ma una malattia da rispettare e curare con le misure più corrette per ogni persona”.*

Janssen

In Janssen lavoriamo ogni giorno per creare un futuro in cui le malattie siano un ricordo del passato. Siamo la divisione farmaceutica del Gruppo Johnson & Johnson e lavoriamo incessantemente per trasformare questo futuro in realtà per i pazienti di tutto il mondo, combattendo le malattie con la scienza e migliorando l'accesso alle cure. Siamo impegnati in sei aree terapeutiche chiave per la salute globale in cui possiamo fare veramente la differenza: onco-ematologia, neuroscienze, immunologia, malattie cardiovascolari e metaboliche, ipertensione polmonare, infettivologia. Per saperne di più visitate www.janssen.com.

Con il Patrocinio di

