



Comunicato stampa

La 'BUONA SPESA' come scelta di salute

L'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano ed Esselunga insieme per la prevenzione e la ricerca contro il cancro

- *La Fondazione IRCCS Istituto Nazionale dei Tumori di Milano ed Esselunga insieme in un percorso biennale, finalizzato a sensibilizzare la popolazione sui benefici di uno stile di vita sano che comprende un'alimentazione ricca di verdura e frutta di stagione e una regolare attività fisica*
- *Saper riempire il carrello con i cibi giusti è il punto di partenza del proprio percorso di salute: l'American Institute for Cancer Research ha calcolato che le cattive abitudini alimentari sono responsabili di circa tre tumori su dieci*
- *Esselunga sosterrà l'attività di ricerca dell'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano attraverso l'erogazione di un milione di euro nell'arco di due anni, un contributo da destinare a progetti che possano promuovere l'educazione alimentare e la programmazione di corretti stili di vita con argomentazioni ed evidenze scientifiche*

Milano, 7 maggio 2019 - Sviluppare ricerche scientifiche per **identificare il ruolo dell'alimentazione e degli stili di vita per la salute** e potenziare gli interventi di **prevenzione primaria** con progetti di educazione alimentare e di promozione di una vita sana. Sono questi gli obiettivi che l'**Istituto Nazionale dei Tumori di Milano** (INT) condivide con **Esselunga** e l'impegno che insieme hanno deciso di affrontare per contribuire a garantire il diritto alla salute di tutti, nel presente e nel futuro.

Una **partnership della durata di due anni** che viene ufficializzata oggi e che si sviluppa in modo concreto con la **donazione di un milione di euro** nell'arco di 24 mesi, da destinare **ad attività e progetti di ricerca scientifica condotti dall'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano**.

*"Non posso che ringraziare Esselunga per questo importante investimento nell'attività di ricerca scientifica dell'Istituto" – afferma **Marco Votta, Presidente INT**. "Ci tengo anche a sottolineare come, pur in un momento delicato per la nostra economia, un'impresa così rilevante abbia deciso di essere al nostro fianco. È un grande progetto, che testimonia la necessità di valorizzare sempre di più questo tipo di collaborazioni tra pubblico e privato, anche nel solco del principio di sussidiarietà, da sempre ispiratore delle politiche della nostra Regione".*

*"Una buona alimentazione è uno dei punti cardine per un corretto stile di vita nell'ottica di un maggiore benessere e della prevenzione di patologie molto gravi" – commenta **Giulio Gallera, Assessore al Welfare Regione Lombardia**. "La riforma socio sanitaria che Regione Lombardia sta attuando pone l'accento proprio sulla tutela della persona non solo in termini di cura e assistenza: la promozione della salute parte da noi stessi e dal rispetto che abbiamo per il nostro corpo. Ben vengano sinergie come quella che viene sottolineata oggi e che si sviluppa dall'Istituto Nazionale Tumori, un centro di eccellenza a livello internazionale per la cura delle patologie oncologiche e per l'opera di informazione e sensibilizzazione che sta conducendo".*

Non è la prima volta che l'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano ed Esselunga fanno squadra per combattere il cancro. Già nel 2012, infatti, era nata una collaborazione che aveva portato alla **raccolta di**



oltre 880mila euro donati da Esselunga con la collaborazione dei clienti, che attraverso il catalogo Fidaty avevano scelto di donare all'Istituto i punti accumulati con la spesa. In quel caso, la somma venne destinata al finanziamento di quattro progetti dell'Istituto: nuovi reparti del Centro trasfusionale, ricerca e cura del melanoma, ambienti più confortevoli nel reparto di Oncologia medica, nuove strutture di prima accoglienza.

“L’Istituto rappresenta un’eccellenza, riferimento nazionale e internazionale nella cura delle malattie oncologiche, e apprezziamo che Esselunga, eccellenza della grande distribuzione, abbia deciso di rinnovare l’impegno a favore della ricerca medica e scientifica, ingrediente essenziale per garantire il diritto alla salute di tutti” commenta **Stefano Manfredi, Direttore Generale INT**. *“Sarà un percorso della durata di due anni, con iniziative che verranno progettate insieme man mano e che coinvolgeranno sempre la cittadinanza, con lo scopo di promuoverne il benessere e favorire la prevenzione primaria attraverso attività e gesti concreti”*.

Oggi il patto tra INT ed Esselunga si rinnova con un impegno più forte e con un contributo da parte di Esselunga tra i più importanti investimenti per la prevenzione e la cura delle malattie oncologiche.

Gabriele Villa, direttore commerciale e membro del CdA di Esselunga, commenta: *“Con l’Istituto dei Tumori, punto di riferimento in Italia e all’estero in ambito oncologico, abbiamo in comune la centralità della persona che, per medici e ricercatori si traduce in una ricerca e cura di eccellenza, per noi che operiamo nella grande distribuzione e nel settore alimentare, nell’attenzione alle esigenze dei clienti e nella ricerca costante della qualità. È scientificamente dimostrato”* – prosegue **Gabriele Villa** – *“che un corretto stile di vita, un’alimentazione varia ed equilibrata siano fondamentali per la salute. Con questa consapevolezza vogliamo dare il nostro contributo che da un lato possa servire allo sviluppo della ricerca medico-scientifica e dall’altro si realizzi in un impegno per la corretta informazione e sensibilizzazione del pubblico”*.

“La collaborazione è un aspetto cruciale dell’attività di ricerca, soprattutto in campo oncologico. Costruire un’alleanza nella lotta contro il cancro significa anche creare maggiore attenzione e cultura su questo tema e sulla prevenzione delle malattie oncologiche, rendendo più consapevoli e partecipi i cittadini. Iniziative come questa sono quindi benvenute e apprezzate perché ci permettono innanzitutto di raggiungere un ampio pubblico e di allacciare un rapporto più diretto con la cittadinanza” – interviene **Giovanni Apolone, Direttore scientifico dell’Istituto Nazionale dei Tumori di Milano**. *“Il contributo di Esselunga è un importante riconoscimento per l’attività svolta dal nostro Istituto ed è nuova linfa vitale per progetti di ricerca finalizzati a produrre conoscenze e strutturare migliori percorsi di cura, a vantaggio del paziente oncologico e della sua qualità di vita”*.

Il Progetto, della durata di due anni, comprende **iniziative rivolte al pubblico** e finalizzate a rendere le persone maggiormente informate e consapevoli del **ruolo primario degli alimenti nella prevenzione delle malattie oncologiche**.

Il primo passo del progetto è già stato compiuto: un team di esperti dell’INT ha elaborato una serie di schede dedicate a frutta e verdura, delle vere e proprie carte di identità, complete e approfondite non solo di informazioni ‘tecniche’, ma dense anche di consigli pratici sull’utilizzo, la stagionalità e i benefici. Il materiale è stato raccolto nella brochure **‘Impariamo a mangiare bene’** che sarà distribuita gratuitamente in tutti i negozi Esselunga.

“A tavola si gioca una delle partite più importanti contro il cancro e lo stanno dimostrando anche molti studi e ricerche di rilevanza internazionale” - interviene **Vittorio Krogh, Direttore dell’Unità di Epidemiologia e Prevenzione dell’Istituto Nazionale dei Tumori di Milano**. *“In particolare, molti lavori scientifici stanno mettendo in luce la presenza di sostanze nella verdura e nella frutta con effetti positivi. Le schede sono un modo per condurre le persone ‘dentro’ questi alimenti per farne la conoscenza, apprezzarli e imparare a*



Fondazione IRCCS
Istituto Nazionale dei Tumori

Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia



consumarli in modo variato, associando tra di loro i colori. Quello che sembra un gioco, cioè portare in tavola un piatto colorato, è nella realtà il modo più semplice per garantire l'apporto di tutti gli elementi nutritivi più importanti e contribuire ad alzare lo scudo protettivo contro la malattia oncogeno".

La brochure con le schede può essere scaricata al seguente link: www.esselunga.it/cms/collezione-superfoodies/benefici-frutta-verdura.html.

L'iniziativa rientra nel progetto lanciato da Esselunga 'Super Foodies' dedicato alla sana e corretta alimentazione per avvicinare bambini e adulti, attraverso il gioco, al mondo della frutta e della verdura.

'Super M', 'Bananix', 'Lady Fra', 'Big Nanas' e 'Space Karot' sono solo alcuni dei 24 supereroi, i Super Foodies, piccoli personaggi 3D a forma di frutta e verdura realizzati in plastica riciclata, che è possibile collezionare attraverso la spesa fino al 26 giugno.

LA FONDAZIONE IRCCS - ISTITUTO NAZIONALE DEI TUMORI (INT)

La Fondazione IRCCS - Istituto Nazionale dei Tumori (INT) è un istituto pubblico di ricovero e cura a carattere scientifico. Fondato nel 1928, l'INT è primo in Italia tra gli IRCCS oncologici ed è centro di riferimento nazionale e internazionale sia per i tumori più frequenti che per quelli più rari e pediatrici. Con **540 persone dedicate e 27 laboratori**, è oggi polo di eccellenza per le attività di ricerca pre-clinica, traslazionale e clinica, di assistenza ed epidemiologica. Definito come «**Comprehensive Cancer Center**», secondo quanto stabilito dall'Organizzazione degli Istituti del Cancro Europei (OEI), l'INT, con **16 brevetti e ben 5 Registri di Patologia Istituzionali**, è affiliato a oltre una decina di organizzazioni internazionali per la ricerca e cura del cancro (OEI, UICC, WIN, EORTC) ed è membro nella rete «**Cancer Core Europe**» formata dai 7 principali European Cancer Center. Nel portfolio INT 2017: **656 studi clinici, 702 studi** pubblicati su riviste scientifiche internazionali, 225 progetti finanziati da enti pubblici e privati. INT è uno dei Centri di riferimento nel panorama assistenziale lombardo e nazionale: nel 2017 sono stati più di 18.000 i pazienti ricoverati e oltre un milione 214 mila le visite ed esami a livello ambulatoriale eseguite. Oltre all'attività di ricerca e clinica, l'Istituto si occupa di formazione, ospitando 140 specializzandi universitari.

ESSELUNGA

Esselunga è una delle principali catene italiane nel settore della grande distribuzione che opera attraverso una rete di 158 superstore e supermarket in Lombardia, Toscana, Emilia Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio. La storia di Esselunga inizia nel 1957 con l'apertura a Milano del primo supermercato in Italia. Oggi il gruppo è costituito da oltre 23.000 persone e fattura 7,9 miliardi di euro. L'azienda è costantemente impegnata nell'innovazione di prodotto, nella salvaguardia dell'ambiente e nella tutela del consumatore.

Produttore oltre che distributore, Esselunga ha tra i suoi punti di forza i prodotti a proprio marchio e i prodotti freschi. Esselunga si avvale di tre centri distributivi che servono tutti i negozi della catena: uno alle porte di Milano, vicino a Linate, uno a Biandrate, in provincia di Novara, e uno alle porte di Firenze, sempre vicino all'autostrada. Garantire la soddisfazione del cliente significa, per Esselunga, non solo offrire un ottimo livello di servizi e prodotti a maggiore qualità, ma anche realizzare le migliori politiche di prezzo. L'attenzione al prezzo è, infatti, un elemento portante della strategia di Esselunga.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA

Noesis s.r.l. Tel. 02 8310511 - Cell. 348 1511488 - Mail: int@noesis.net

Samanta Iannoni, samanta.iannoni@noesis.net

Valeria Riccobono, valeria.riccobono@noesis.net

Ufficio Stampa Esselunga Tel. 02 92932351 – Mail: ufficio.stampa@esselunga.it