

SPECIALE SULLA GIORNATA MONDIALE CONTRO IL CANCRO

4 febbraio 2022

 **SPORT**
E SALUTE



SWG



KRATESIS



RILEVAZIONE FLASH A1.3

PERIODO DI RELIZZAZIONE: Gennaio 2022
CAMPIONE: 1200 italiani maggiorenni
TECNICA: CAWI (Computer Aided Web Interview)

GIORNATA MONDIALE CONTRO IL CANCRO

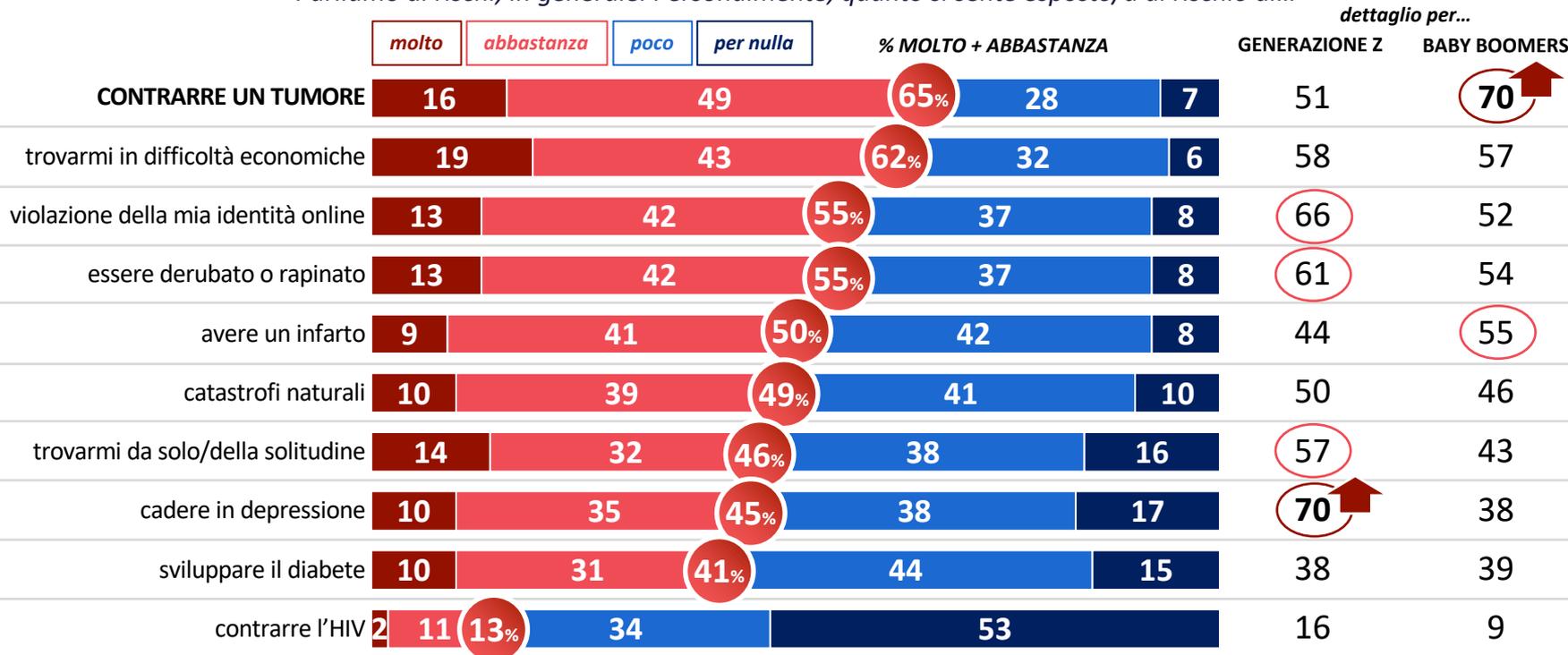
L'opinione degli italiani è chiara: il cancro rappresenta la grande insidia del nostro tempo. Due su tre (65%) si sentono esposti al rischio delle malattie oncologiche, con percentuali ancora più alte tra le generazioni adulte. Un diffuso senso di vulnerabilità che spinge altrettanti italiani ad informarsi sui tumori più di quanto non facciano, ad esempio, rispetto ad un altro grande tema della nostra epoca: la depressione. Nella ricerca di informazioni sulle corrette abitudini e stili di vita la figura del medico gioca un ruolo preminente rispetto ad altri canali. Anche l'utilizzo di internet, in questi casi, passa in secondo piano, si fa meno social e più 'specialistico'. Nello specifico della prevenzione oncologica, le attese dei cittadini sono tutte rivolte al Sistema Sanitario. Dal Governo e dalla Scuola, ad esempio, non ci si aspetta un impatto altrettanto significativo. La prevenzione, secondo gli italiani, passa anzitutto dal non fumare (62%) e dal mangiare bene (53%). Sul podio, ma in ritardo (36%), anche i benefici percepiti di uno stile di vita attivo. Nel 2021, meno di 2 italiani su 5 ha partecipato a programmi di prevenzione oncologica. Il livello di informazione individuale sulle malattie oncologiche ha un impatto positivo sulla propensione ad eseguire screening e controlli preventivi. Chi si informa di più si monitora di più (43%), giocando d'anticipo.



LA GRANDE INSIDIA DELLE MALATTIE ONCOLOGICHE

Due italiani su tre si sentono esposti al rischio di contrarre un tumore. È l'avversità più temuta, soprattutto tra gli anziani. Giovani sensibili al tema, ma temono di più il rischio di cadere in depressione.

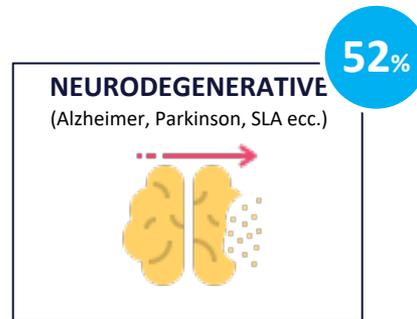
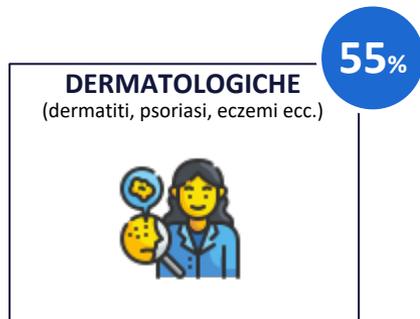
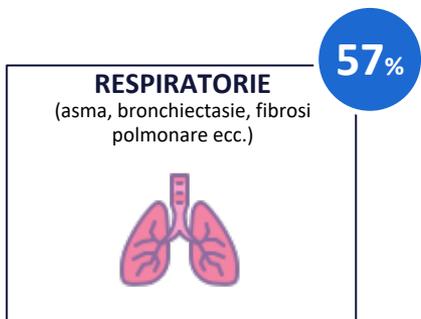
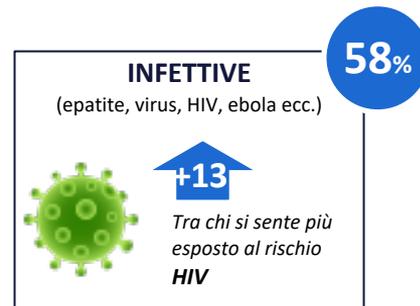
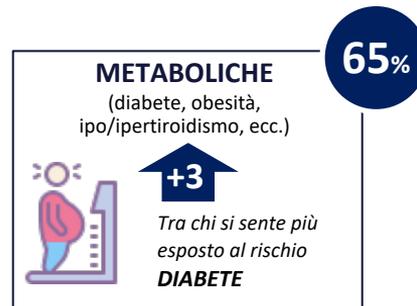
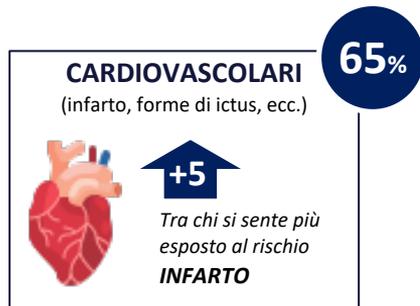
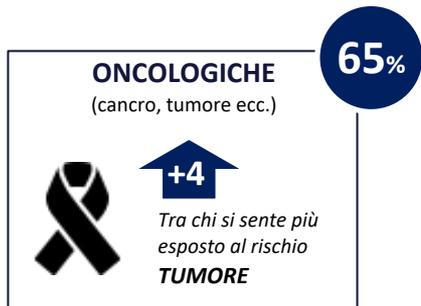
Parliamo di rischi, in generale. Personalmente, quanto si sente esposto/a al rischio di...



PERCEZIONE DEL RISCHIO LA MOLLA PER INFORMARSI DI PIÙ

Almeno 1 italiano su 2 si dice informato sulle principali malattie. Oncologiche, cardiovascolari e metaboliche ci trovano più preparati rispetto a quelle mentali e neurodegenerative.

Personalmente quanto si sente informato riguardo le seguenti malattie... (TOT. INFORMATI: % DI MOLTO + ABBASTANZA)



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 26-31 gennaio 2022.

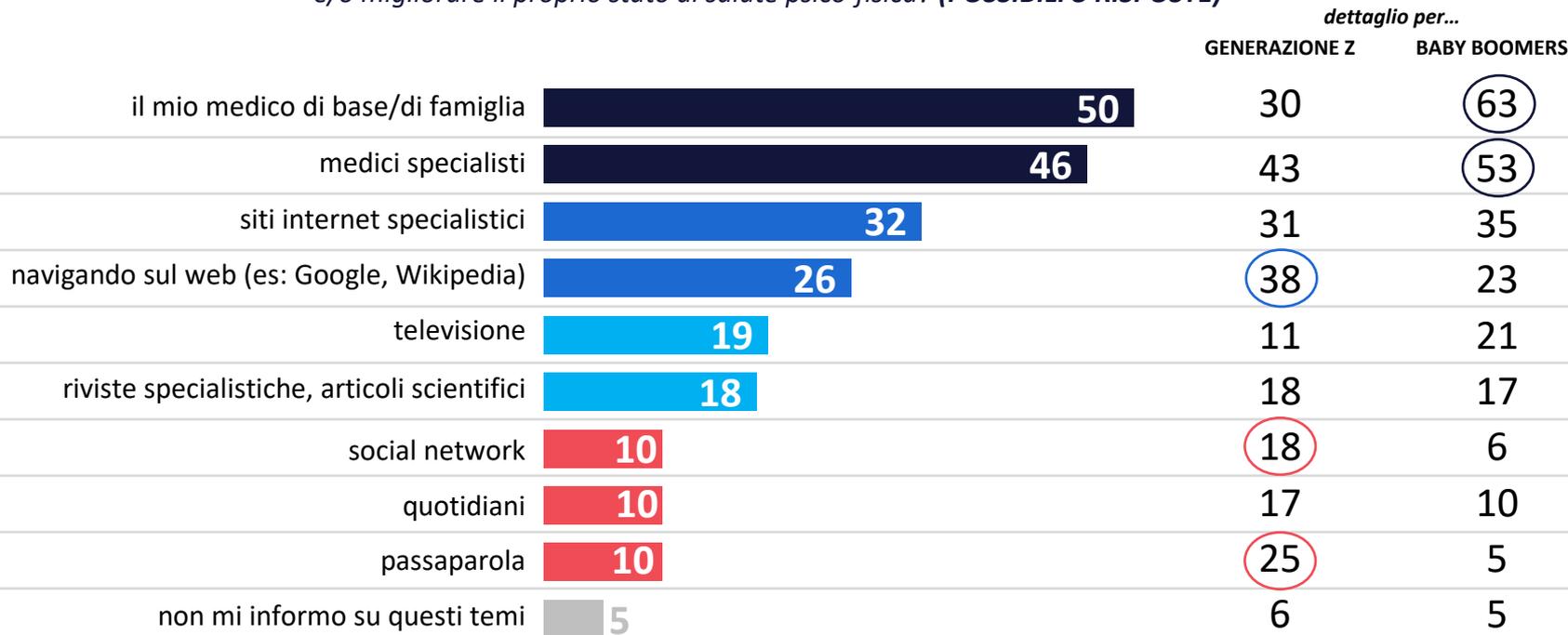
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

MEDICI CENTRALI PER INFORMARSI SUI CORRETTI STILI DI VITA

Specialmente gli anziani si affidano al proprio medico di base, mentre tra i giovani cresce il peso di internet nella ricerca di informazioni.

Ma a influire sono anche altre 'reti': passaparola e amicizie sono fonti di informazione per 1 giovane su 4

Lei, personalmente, attraverso quali canali si informa sulle corrette abitudini e stili di vita da adottare per preservare e/o migliorare il proprio stato di salute psico-fisica? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)



Altro: 2%

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 26-31 gennaio 2022.

Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

PREVENZIONE DEI TUMORI: IN PRIMIS NON FUMARE E MANGIARE BENE

Per la maggioranza degli italiani si tratta delle abitudini più importanti.

A seguire l'attività fisica, il cui contributo alla prevenzione è sottolineato in particolare dai più informati.

Parliamo nello specifico di prevenzione dei tumori.

Indichi quali dei seguenti comportamenti sono più importanti per prevenire i tumori (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

NON FUMARE



UN'ALIMENTAZIONE CORRETTA



FARE ATTIVITÀ FISICA



RIDURRE IL CONSUMO DI CARNE E DERIVATI ANIMALI



EVITARE L'ECESSIVA ESPOSIZIONE AI RAGGI SOLARI



EVITARE LO STRESS ECCESSIVO



EVITARE ADDITIVI E PRODOTTI INDUSTRIALI



EVITARE DI BERE ALCOLICI



PASSARE MOLTO TEMPO IN ZONE VERDI



MEDITARE REGOLARMENTE



NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 26-31 gennaio 2022.

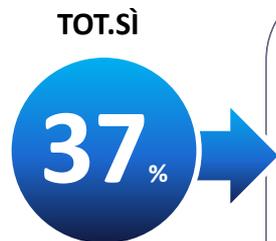
Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

PREVENZIONE ONCOLOGICA 2021: CHECK-UP PER MENO DI 2 SU 5

Screening e controlli più frequenti tra i senior, ma il livello di copertura è inferiore al 50%.

Maggiori probabilità di check-up tra i più informati e chi si sente più a rischio.

Con riferimento all'ultimo anno, il 2021, le è capitato di partecipare a specifici programmi di prevenzione, screening e/o controllo delle malattie tumorali?



CHI SI MONITORA DI PIÙ (dettaglio % Sì)

Baby boomers 47%

Donne 44%

Più informati sulle
malattie oncologiche 43%

Si sente esposto
al rischio tumore 43%

Ceti medio-alti 41%

NOTA INFORMATIVA: valori espressi in %. Date di esecuzione: 26-31 gennaio 2022.

Metodo di rilevazione: sondaggio CAWI su un campione rappresentativo nazionale di 1200 soggetti maggiorenni.

ISTITUZIONI E PREVENZIONE: AL SSN E AI MEDICI IL RUOLO PRIMARIO

Il sistema sanitario nazionale e i medici di base appaiono di gran lunga le istituzioni più importanti nella prevenzione dei tumori.
Poco riconosciuto il ruolo di istituzioni e società sportive.

Secondo lei quali sono i soggetti più importanti nella prevenzione delle malattie oncologiche e nella promozione dei corretti stili di vita? (POSSIBILI 3 RISPOSTE)

		dettaglio per...	
		GENERAZIONE Z	BABY BOOMERS
il sistema sanitario nazionale	68%	55	76
i medici di base	58%	39	65
la famiglia	18%	21	18
il Governo	18%	24	16
Fondazioni e Associazioni	17%	29	17
la Scuola	15%	25	12
le case farmaceutiche	9%	9	7
le società sportive (centri sportivi, palestre, ecc.)	5%	6	3
le istituzioni sportive nazionali	3%	2	3
nessuno di questi	3%	2	3

NOTA METODOLOGICA

Caratteristiche del campione e aiuto alla lettura

Indagine Cawi (*Computer Aided Web Interview*) svolta **tra il 26 e il 31 gennaio 2022 su un campione nazionale di 1.200 soggetti maggiorenni**, rappresentativi della popolazione italiana per genere, età, zona di provenienza e titolo di studio.

I metodi utilizzati per l'individuazione delle unità finali sono di tipo casuale, come per i campioni probabilistici. I dati sono stati ponderati per genere, età, zona di residenza e titolo di studio secondo i più recenti dati forniti da ISTAT al fine di garantirne la rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento. Questa numerosità campionaria consente di **contenere l'errore statistico assoluto sotto la soglia del 2,8%** (a un intervallo di confidenza del 95%).

Tra tutte le caratteristiche richieste ai rispondenti alcune proprietà si sono mostrate più rilevanti nella lettura dei risultati e sono state ricodificate come segue, al fine di rendere più chiara ed efficace la presentazione dei dati:

GENERAZIONI	Età
Generazione Z	da 18 a 25 anni
Millennials	da 25 a 39 anni
Generazione X	da 40 a 55 anni
Baby boomer	da 56 a 74 anni
Generazione Silent	più di 74 anni

AUTOPERCEZIONE ECONOMICA	Arriva a fine mese...
Ceti medio-alti	senza difficoltà
Ceti medio-bassi	con qualche difficoltà
Ceti fragili	con molte difficoltà

 **SPORT**
E SALUTE



SWG



KRATESIS

