



La Società Italiana di Fertilità e Sterilità - Sifes mira a raggiungere i più giovani in luoghi di aggregazione e nelle scuole: debutto in spiaggia a Cattolica l'8 e il 9 luglio. Il Presidente Andrea Borini: "Dobbiamo passare dal concetto del trattamento della sterilità al concetto della protezione della fertilità"



Roma, 4 luglio 2017 – Una campagna di sensibilizzazione su un tema delicato come quello della prevenzione alla sterilità, indirizzata ai più giovani per fornire loro conoscenze utili a non compromettere scelte che potranno desiderare di fare nel futuro (come l'eventuale maternità o paternità).

Un'informazione scientifica senza giudizi, moralismi o costrizioni sociali, che diventa alleata dei ragazzi come strumento di consapevolezza, invito ad amarsi e conoscersi, confrontarsi e discutere per vivere pienamente la propria sessualità.

Queste le linee che hanno guidato Sifes – Società Italiana di Fertilità e Sterilità, nell'ideazione della campagna di comunicazione #ideefertili, al via l'8 luglio a Cattolica assieme all'RDS Play on Tour, l'evento itinerante che vedrà coinvolte sei località balneari da nord a sud Italia (oltre a Cattolica, Lignano Sabbiadoro, Pescara, Peschici, Sciacca e Capo D'Orlando).

Una presenza inusuale, quella di una società scientifica all'interno di un evento leggero e disimpegnato, ma necessaria per intercettare un target prezioso, quello dei ragazzi e delle ragazze, la cui attenzione rispetto alle tematiche della sterilità e della fertilità potrebbe rappresentare un mezzo per frenare l'aggravarsi del problema della sterilità e tentare di invertire il trend negativo dei tassi di fertilità nel nostro paese.

La campagna nasce a partire dall'indagine "I giovani e la fertilità" condotta dalla stessa Sifes su un campione di quasi 1.500 ragazze e ragazzi di età compresa tra i 14 e i 26 anni: una ricerca tesa ad esplorare il livello di conoscenza delle tematiche afferenti alla fertilità così come il coinvolgimento dei più giovani e la loro sensibilità verso la prevenzione.

Se da un lato i giovani hanno mostrato familiarità nei confronti dei temi proposti, ciò che emerge è però una certa confusione e imprecisione, figlia di un'informazione reperita soprattutto dalla rete, in assenza di una serie di altri punti di riferimento e di produzione di sapere – dalla famiglia alla scuola – che si mostrano più deboli.

Di qui la necessità di sopperire ad una mancanza oggettiva di luoghi in cui trovare un'informazione puntuale e semplice, ma non semplicistica, senza però subire pressioni o stigmatizzazioni di sorta. Tanto più che si tratta di un tema, quello di una possibile futura genitorialità, che i ragazzi percepiscono come lontano dal loro orizzonte di problemi ed interessi: in un presente in cui è sempre più spostata in avanti - per una somma di motivi noti - la decisione di procreare, l'età rappresenta infatti uno dei fattori di maggior impatto sulla fertilità.

Così come è necessario mettere al corrente i giovani dei rischi legati a comportamenti e abitudini, come ad esempio la prevenzione delle malattie a trasmissione sessuale, che ancor più di abitudini nocive quali fumo, droghe e abuso di alcol (sulla cui pericolosità i ragazzi appaiono ben informati), possono compromettere la salute riproduttiva. Pur essendoci attenzione, circa 7 ragazzi su 10 (più o meno il 73%) non hanno mai pensato di fare un controllo medico per assicurarsi della propria salute riproduttiva.

Informare, dunque, e informarsi, per essere liberi: di qui il claim 'Scegli di scegliere' che accompagna la campagna: un messaggio che si adatterà per strumenti, tone of voice e contenuti al quotidiano dei più giovani, incuriosendoli, spingendoli ad approfondire e condividere.

“Come Società Scientifica – spiega il presidente Andrea Borini – sentiamo il dovere di impegnarci nella divulgazione di contenuti corretti, attraverso un'informazione senza pregiudizi né costrizioni sociali, per consentire a tutti di esercitare la propria libertà di scelta nel futuro. Dobbiamo passare dal concetto del trattamento della sterilità al concetto della protezione della fertilità. Affrontare queste tematiche fa parte del processo di conoscenza e rispetto di se stessi, per vivere pienamente la propria sessualità”.

#ideefertili si pone l'obiettivo di coinvolgere maschi e femmine in ugual misura: se infatti sono le ragazze a mostrare una maggiore attenzione e a sottoporsi ad accertamenti, il genere maschile si dimostra disattento al concetto di procreazione. Un dato che deve portare a importanti riflessioni, soprattutto in considerazione del fatto che è la percentuale di infertilità maschile ad essere costantemente crescente negli ultimi anni.

#ideefertili sarà in primo luogo una piattaforma digital di divulgazione (www.ideefertili.it), che consenta di fruire di contenuti informativi e scientifici proposti con un linguaggio semplice (infografiche, testi brevi, video); protagonisti della campagna sono Giulia e Luca, due 'cartoon' che guideranno i ragazzi anche nel corso dei prossimi mesi alla scoperta di informazioni utili, anche e soprattutto in forma di corti animati.

La piattaforma permetterà di interagire con una rete di professionisti in grado di rispondere ai dubbi e alle

domande dei ragazzi e fornirà anche agli ‘intermediari’ (famiglie e docenti in primo luogo) spunti, materiali e linguaggi per affrontare in modo semplice ma efficace le tematiche legate alla fertilità. Fondamentale sarà l’utilizzo dei social network.