

Comunicato Stampa

"Che fine ha fatto la cicogna – Il viaggio". Al via la terza edizione della campagna Merck per promuovere una maggiore conoscenza sui temi della fertilità

- **Il *patient journey* della coppia infertile raccontato attraverso una favola**
- **Merck conferma il proprio impegno nel promuovere una corretta informazione sulla fertilità**

Roma, 31 gennaio 2019 – *Ci sono viaggi che ti cambiano la vita.* Questo il concept della terza edizione della campagna **Che fine ha fatto la cicogna – Il viaggio** promossa da **Merck**, azienda leader in ambito scientifico e tecnologico, impegnata nel promuovere una corretta informazione sui temi della fertilità.

Al centro della campagna di educazione alla salute, il ***patient journey della coppia con problemi di fertilità***; il viaggio raccontato attraverso la leggerezza della favola, una storia semplice che cela un significato importante. La **metafora della cicogna in volo per consegnare il bimbo ai genitori in attesa** intende rappresentare la realtà di un percorso non facile, caratterizzato spesso dallo scorrere del tempo, dalla stanchezza e da tutte le difficoltà che le coppie possono incontrare nel loro viaggio verso la genitorialità.

Il viaggio viene raccontato attraverso il **linguaggio dell'animazione**, un modello narrativo che mostra l'immagine romantica e ancestrale della cicogna, indissolubilmente legata ai concetti di maternità e paternità, senza venir meno all'obiettivo di sensibilizzare e informare sul tema.

La campagna di sensibilizzazione viaggia sul web attraverso il sito www.chefinehafattolacicogna.it, in cui si possono trovare informazioni utili su come preservare la fertilità in vista di un'eventuale scelta di diventare genitori. In evidenza i fattori che più incidono sulla fertilità: l'età, la salute riproduttiva, lo stile



di vita e il tempo. A confermare l'importanza del fattore età, nella recente Relazione al Parlamento in tema di PMA¹, si evidenzia come nella fecondazione eterologa l'età della donna è maggiore se la donazione è di ovociti (41,4 anni) e minore se la donazione è di seme (35,2). Si sottolinea inoltre come la maggior parte dei cicli iniziati siano stati con donazione di ovociti (46,4%, vs il 25,8% con donazione di seme ed il 27,8% con embrioni). Dati questi che sembrano indicare come questa tecnica sia scelta soprattutto per rispondere a un'infertilità dovuta all'età della donna piuttosto che a patologie specifiche.

Nel sito di *Che fine ha fatto la cicogna* le coppie possono accedere all'elenco dei centri specializzati accreditati in Italia per i trattamenti di procreazione medicalmente assistita e acquisire informazioni utili sul percorso da intraprendere quando si desidera un figlio che tarda ad arrivare, come l'importanza di non attendere oltre i 12 mesi di rapporti regolari e non protetti per rivolgersi a uno specialista della riproduzione per una diagnosi tempestiva.

“La coppia - dichiara **Antonio Messina**, a capo del business biofarmaceutico di Merck in Italia - è al centro del nostro impegno nel campo della fertilità. Con la terza edizione di *Che fine ha fatto la cicogna*, Merck ribadisce la volontà di essere al fianco dei pazienti, contribuendo a diffondere una corretta informazione su questi temi”.

Questa terza edizione di *Che fine ha fatto la cicogna - Il viaggio*, arricchisce la campagna di nuovi contenuti, che vanno ad ampliare quanto è stato fatto negli anni precedenti. La prima edizione ha visto protagonisti i bambini, con risposte divertenti a domande semiserie sui temi della fertilità che hanno aperto a diversi spunti di riflessione e di approfondimento. La seconda edizione, *Destinazione Genitori*, ha dato la parola alle mamme e ai papà che hanno affrontato il percorso di PMA. Coppie che hanno vissuto il viaggio in prima persona e che hanno condiviso la propria esperienza, dalla consapevolezza di un problema di infertilità

¹ Relazione del Ministro della salute al Parlamento sullo stato di attuazione della legge contenente norme in materia di procreazione medicalmente assistita (Legge 19 febbraio 2004, n. 40, articolo 15) - anno 2018 (http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2762_allegato.pdf - ultima visita: 11/01/2019)



passando attraverso scelte difficili, emozioni, delusioni e speranze. Un racconto senza filtri in grado di emozionare ed informare.

La campagna *Che fine ha fatto la cicogna – Il viaggio* ha ottenuto i seguenti patrocini: **AGUI** (Associazione Ginecologi Universitari Italiani), **AOGOI** (Associazione Ostetrici Ginecologi Ospedalieri Italiani), **CECOS Italia** (Centri studio conservazione ovociti e sperma umani), **SIA** (Società Italiana di Andrologia), **SIAMS** (Società Italiana di Andrologia e Medicina della Sessualità), **SIDR** (Società Italiana della Riproduzione), **SIE** (Società Italiana di Endocrinologia), **SIERR** (Società Italiana di Embriologia, Riproduzione e Ricerca), **SIFES** (Società Italiana di Fertilità e Sterilità e Medicina della Riproduzione), **SIGO** (Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia) e **Fondazione Cesare Serono**.

Informazioni su Merck

Merck è un'azienda impegnata nell'innovazione scientifica e tecnologica che opera nei settori healthcare, life science e performance materials. Circa 51.000 dipendenti lavorano ogni giorno perché la vita di milioni di persone sia più felice e sostenibile. Merck è presente ovunque: dalle più avanzate tecnologie per l'editing genetico alla scoperta di trattamenti all'avanguardia per le patologie più difficili, fino allo studio di tecnologie che permettano ai device di diventare "intelligenti". Nel 2017 Merck ha generato vendite per 15,3 miliardi di Euro in 66 Paesi.

Ricerca scientifica e gestione imprenditoriale responsabile sono state la chiave per il raggiungimento dei traguardi scientifici e tecnologici di Merck, che opera secondo questa filosofia sin dalla sua fondazione nel 1668. La famiglia fondatrice possiede tuttora la partecipazione di maggioranza nella Società, che è quotata alla borsa di Francoforte. Merck detiene i diritti sul nome e sul marchio Merck a livello globale. Le sole eccezioni sono Stati Uniti e Canada, dove l'azienda opera con le denominazioni EMD Serono nell'healthcare, MilliporeSigma nel life science e EMD Performance Materials.