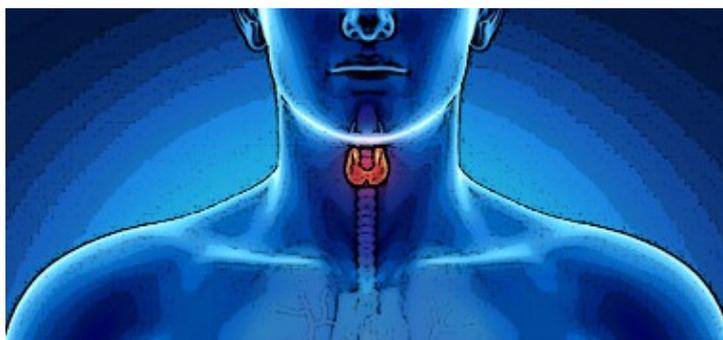


Campagna digitale sull'ipotiroidismo

LA GHIANDOLA CHE GOVERNA IL METABOLISMO



Dei molti disturbi della tiroide, l'ipotiroidismo è senz'altro il più comune, ma anche il meno riconosciuto.

Dai dati dell'Organizzazione mondiale della Sanità risulta che ne soffrono più di 200 milioni di persone, ma solo il 20 % riceve dal medico una diagnosi certa di ipotiroidismo, perché i sintomi (affaticamento, aumento di peso, mal di testa, sbalzi d'umore, capelli fragili, secchezza cutanea e disturbi ormonali in genere) vengono confusi con quelli di altre patologie, ritardando in tal modo l'inizio di cure mirate.

La ghiandola tiroidea è un organo a forma di farfalla situato alla base del collo, di fronte alla trachea. Sappiamo per certo che governa molti processi del nostro metabolismo, con un ruolo determinante per la salute. Produce, immagazzina e rilascia gli ormoni tiroidei direttamente nel sangue (ghiandola endocrina). Questi ormoni sono essenziali per il corretto funzionamento di tutti gli organi. Permettono al corpo di usare le sue riserve di energia in modo efficiente, controllando la temperatura e consentendo ai muscoli di lavorare in modo corretto. In loro mancanza si avverte, già in giovane età, un senso di stanchezza.

Lo iodio è essenziale per la produzione degli ormoni tiroidei: esso andrebbe assunto quotidianamente con una dieta sana, attraverso pesce, pane e sale iodato.

Con l'ipotiroidismo la tiroide non produce abbastanza ormoni tiroidei. I sintomi diventano più severi al crescere dell'età, colpiscono maggiormente le donne rispetto agli uomini.

L'ipotiroidismo è una condizione cronica e quindi richiede una terapia ormonale per tutta la vita.

Da tutte queste premesse è nata l'idea di una collaborazione di Merck con Next Different per lanciare una campagna digitale in grado di offrire delle risposte scientifiche esatte ai pazienti con disfunzione tiroidea.

Collegandosi al sito Latuatiroide.it e rispondendo a poche facili domande di un test, è possibile effettuare una prima valutazione personale. A seconda del risultato ottenuto si decide come procedere. Se occorre, si può accedere alla piattaforma MioDottore e prenotare on line una visita specialistica con l'endocrinologo più vicino.

“La campagna si basa su un messaggio essenziale: la prevenzione e la diagnosi per aiutare chiunque ne ha bisogno a vivere in buona salute”: fa presente Francesco Epifani, chief Creative Officer di Next Different.

“Per un'azienda come la nostra, che ama definirsi 'In Love with Care', avere cura

delle persone significa non limitarsi ai bisogni terapeutici, ma promuovere anche progetti che vanno oltre il farmaco, con iniziative di educazione sulla salute come questa”: conclude Dario Floris, direttore Fertility & CME di Merck Italia.

Giancarlo Sansoni