



## FRECCIA ROSA: OLTRE 46 MILIONI DI PASSEGGERI RAGGIUNTI DALLA CAMPAGNA DI PREVENZIONE

- più di 1.500 prestazioni gratuite erogate durante il mese di ottobre
- progetto promosso dal Gruppo FS e Fondazione IncontraDonna

Roma, 31 ottobre 2025

Si conclude il mese di FrecciaRosa con oltre 46 milioni di passeggeri raggiunti a bordo di Frecce, Intercity e Regionale, brand di Trenitalia (Gruppo FS).

La quindicesima edizione della campagna di sensibilizzazione promossa da Ferrovie dello Stato Italiane e Fondazione IncontraDonna ha registrato oltre 1.500 prestazioni erogate, incluse le 400 eseguite a Scalo San Lorenzo, nella sede di FS Logistix. L'iniziativa ha coinvolto 46 treni e 115 tra medici e volontari, con la distribuzione di oltre 15.000 copie del "Vademecum della Salute" e più di 7.500 consultazioni in versione digitale.

L'appuntamento, divenuto nel tempo un momento di grande valore sociale e sanitario, ha ricevuto il patrocinio del Ministero della Salute e della Presidenza del Consiglio dei Ministri e, per il terzo anno consecutivo, la prestigiosa Medaglia del Presidente della Repubblica.

Tra le novità dell'edizione 2025, il claim della campagna - *"Da 15 anni la prevenzione viaggia con noi"* - che sottolinea la continuità e la solidità di un impegno che ogni anno accompagna milioni di cittadini, il rinnovato logo, caratterizzato da un design moderno, inclusivo, visibile ed efficace, e il nuovo sito frecciarosa.it.

Quest'anno FrecciaRosa si è inoltre arricchita anche delle collaborazioni con la FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio e con la Federazione Italiana Rugby che hanno sostenuto l'iniziativa nella diffusione dei messaggi di prevenzione e sensibilizzazione.

Fondazione IncontraDonna, inoltre, ha destinato a un progetto di ricerca sul tumore del seno, un contributo concreto per ampliarne la portata in ambito scientifico e rafforzarne ulteriormente il valore sociale.