

VANITY FAIR

BENESSERE · SALUTE E PREVENZIONE

Riparte la campagna Nastro Rosa di LILT

31 AUG. 2017

di **FRANCESCA FAVOTTO**

Obiettivo: sensibilizzare le donne sulla diagnosi precoce del cancro al seno e l'acquisto di 3 mammografi di ultima generazione. Come fare a raggiungere lo scopo? Facendo shopping



La salute non va mai in vacanza! A maggior ragione, adesso che alla spicciolata stiamo rientrando tutte dalle ferie, è tempo di rifocalizzare l'attenzione sulla prevenzione. Per questo, riparte la campagna **"Nastro Rosa"**, promossa dalla [LILT Milano](#) e arrivata alla sua 25esima edizione. Da fine settembre a fine ottobre, l'attenzione sarà tutta rivolta all'importanza della diagnosi precoce del cancro al seno: al grido del provocatorio hashtag *#fatelevedere*, l'iniziativa inviterà le donne a sottoporsi a controlli periodici e offrirà visite gratuite sull'**Unità Mobile LILT**, che farà tappa in diverse piazze di Milano e provincia e negli Spazi Prevenzione.

Un messaggio che verrà diffuso anche negli Atenei milanesi, per rendere le ragazze consapevoli dell'importanza di effettuare visite ed esami preventivi fin da giovani.

Ogni anno, infatti, in Italia sono circa 50mila le nuove diagnosi di tumore al seno, nemico numero uno delle donne. Oggi però grazie alla diagnosi precoce, la percentuale di sopravvivenza a 5 anni delle donne colpite dal tumore al seno è vicina al 90%. Importanti sono la cultura della prevenzione e della diagnosi precoce che la LILT diffonde tra la popolazione femminile, informandola e sensibilizzandola attraverso diverse iniziative, tra le quali appunto la tradizionale **Campagna Nastro Rosa**.

L'obiettivo di quest'anno è l'acquisto di tre mammografi digitali con Tomosintesi, dal costo complessivo di 570mila euro, destinati agli Spazi Prevenzione LILT Milano. La Tomosintesi mammaria è una metodologia radiologica tridimensionale ad alta definizione e con un'elevata accuratezza diagnostica in grado di evidenziare lesioni tumorali al seno molto piccole.

Il primo dei nuovi mammografi digitali con Tomosintesi è stato installato presso lo **Spazio Prevenzione di Monza** e sarà utilizzabile da settembre. Ma per poter acquistare anche gli altri 2, raggiungendo così l'ambizioso obiettivo, ecco che torna l'evento di shopping solidale, organizzato in collaborazione con MonteNapoleone District, **"Come lo shopping fa bene alla salute": l'appuntamento è per il 30 settembre a Milano**, nel quartiere del lusso. Per il settimo anno, infatti, il 10% dell'incasso dell'intera giornata delle boutique aderenti alla campagna delle Vie MonteNapoleone, Verri, Sant'Andrea, Santo Spirito, Borgospesso e Bagutta, sarà devoluto a LILT Milano. Per l'occasione il distretto sarà animato da grandi installazioni aeree raffiguranti dei nastri rosa che faranno da cornice all'evento, insieme alle shopper e ai decori su strada. L'iniziativa quest'anno avrà il supporto di un artista di fama internazionale che darà grande visibilità alla giornata di shopping, nonché alla Campagna stessa.

Negli anni, con questa iniziativa sono stati raccolti più di 1 milione di euro, mentre solo lo scorso anno i fondi raccolti da MD sono stati circa **175mila euro**: questi sono stati destinati all'attività di diagnosi precoce di LILT Milano, che ha potuto così effettuare oltre 30mila visite al seno, più di 16mila mammografie, circa 9mila ecografie mammarie e quasi 2.200 visite gratuite sull'Unità Mobile, negli Spazi Prevenzione e negli Atenei Milanesi.

Tanti motivi per fare del bene, facendosi del bene... due volte, prima nel guardaroba, e poi per quanto riguarda la salute!