

COMUNICATO STAMPA

**TUTTO IL ROSA DELLA PREVENZIONE**

*Al via la XXIII edizione della Campagna Nastro Rosa.*

*Moda e arte a sostegno della cultura della prevenzione.*

**Milano, 1° ottobre 2015** – Un mese rosa per prendersi cura della propria salute. Si inaugura oggi la **Campagna Nastro Rosa**, dedicata alla prevenzione del tumore al seno che continua a essere il nemico numero uno del genere femminile. Giunta alla XXIII edizione, **l’iniziativa**, promossa dalla Sezione Milanese della Lilt, **prende il via oggi primo ottobre a Milano con l’incontro di sensibilizzazione a Palazzo Marino “Tutto il rosa della prevenzione”**, aperto alla cittadinanza. Il primo di una lunga serie di eventi che si susseguiranno per il mese di ottobre, coniugando l’informazione con le attività di prevenzione e di diagnosi precoce. Tutto questo sempre in nome delle donne che sono le vere protagoniste della Campagna Nastro Rosa. Ed è proprio a una donna coraggiosa come **Lella Costa** che oggi consegneremo il premio speciale **Lilt for Women Nastro Rosa** per l’impegno che ha sempre dimostrato nei confronti dei temi sensibili legati all’universo femminile.

“Negli ultimi sette anni abbiamo assistito a un aumento dell’incidenza del tumore al seno che è stata superiore al 15 per cento”, afferma il professor **Marco Alloisio, Presidente della Sezione Provinciale di Milano della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori**. “Secondo le cifre dell’ultimo rapporto dell’Associazione Registro Tumori, **il cancro al seno costituisce la prima causa di morte per tumore nelle donne**, rappresentando il 29% dei decessi prima dei 50 anni, il 23% tra i 50 e i 69 anni e il 16% dopo i 70 anni. Buone notizie arrivano, tuttavia, dalle possibilità di sopravvivenza a cinque anni dalla diagnosi che sono passate dal 78% dei primi anni Novanta all’87% dei nostri giorni. Un risultato di straordinaria importanza che è il frutto della diffusione delle attività di diagnosi precoce e di prevenzione che quest’anno abbiamo deciso di estendere anche alle giovanissime. **Il progressivo abbassamento dell’età in cui questa neoplasia si manifesta ci ha spinto a collaborare coi principali atenei milanesi per offrire alle studentesse la possibilità di sottoporsi a visite gratuite al seno** e ricevere importanti consigli sugli stili di vita da seguire per ridurre la possibilità di sviluppare un cancro nel futuro”. Sono ormai anni che Lilt cerca di diffondere questi valori attraverso gli Spazi Prevenzione presenti a Milano e in Provincia dove è possibile effettuare visite ed esami diagnostici in tempi brevi e senza trafile burocratiche.

Diversi gli appuntamenti organizzati grazie anche alla collaborazione dei tanti partner che non ci fanno mancare il loro sostegno per promuovere la Campagna e per ricordare che giocare d’anticipo è fondamentale per prevenire e sconfiggere il tumore al seno.

Uno degli elementi che da sempre caratterizza **la Campagna Nastro Rosa è il legame con il mondo della moda**. Come da tradizione **le vie Montenapoleone, Verri e Sant’Andrea**, a cui quest’anno si aggiungeranno **via Santo Spirito e Borgospesso**, giovedì 1 ottobre **si accenderanno di rosa** mentresabato 3 ottobre **verranno addobbate con** **moquette, grandi fiocchi e shopper rosa in occasione della giornata dello shopping salutare** che per il quinto anno consecutivo vede l’AssociazioneMonteNapoleone, presieduta da Guglielmo Miani, al nostro fianco. Un sodalizio prezioso, considerando che in soli quattro anni sono stati devoluti alla nostra Associazione 750mila euro. **Quest’anno il nostro obiettivo è fare un goal da un milione di euro** in modo da poter continuare a diffondere sul territorio la cultura della prevenzione, migliorando i servizi offerti ai cittadini. Sabato 3 ottobre sarà, quindi, possibile fare acquisti e insieme contribuire al sostegno delle attività di diagnosi precoce del tumore al seno promosse dalla Lilt in favore di tutte le donne. **Le boutique che aderiscono al progetto devolveranno il 10% dell’incasso dell’intera giornata alla nostra Associazione**.

“È per noi motivo di grande orgoglio sostenere la Campagna Nastro Rosa della LILT Milano attraverso una giornata di acquisto solidale. Gli oltre 60 brand internazionali della moda e del lusso delle vie Montenapoleone, Sant’Andrea, Verri, Santo Spirito e Borgospesso, rivolgendosi a una clientela molto ampia, possono raggiungere risultati significativi per la promozione della sensibilizzazione su un tema sociale così importante”, **dichiara Guglielmo Miani, Presidente dell’Associazione MonteNapoleone**. “I risultati di questi 4 anni si sono concretizzati in una raccolta di oltre 750mila euroche sono stati finalizzati a circa 5mila visite gratuite, all’allestimento dell’Unità Mobile per offrire visite gratuite alla donne e all’acquisto di due mammografi digitali per migliorare le attività di screening”.

“Una seria azione di prevenzione è il primo passo per tutelare la salute di molte donne e da lì si può e si deve partire per combattere e vincere questa terribile malattia”, **dichiara Pierfrancesco Majorino, assessore** **alle Politiche Sociali e Cultura della Salute**. “Diventa allora fondamentale sostenere e diffondere iniziative come queste che, grazie ad una azione capillare di informazione sul territorio, riescono a dare un aiuto concreto, a tutela della salute delle donne”.

Per tutte le informazioni sulle iniziative della Campagna Nastro Rosa  
**tel. 02 49521 - sito** [**www.legatumori.mi.it**](http://www.legatumori.mi.it) **– facebook Lega tumori Lilt Milano**

Per ulteriori informazioni **Comunicazione e Ufficio Stampa LILT – Milano  
Simona De Giuseppe** Tel. 02 49521134 – cell. 347 9180301