

Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori
LILT for Women
Campagna Nastro Rosa 2016
“LA PREVENZIONE È UN MESSAGGIO PER TUTTE NOI”

#iofacciprevenzione

“LA PREVENZIONE È UN MESSAGGIO PER TUTTE NOI” è questo il claim che caratterizza la XXIV edizione della campagna “LILT for Women – Campagna Nastro Rosa 2016”, accompagnato da un hashtag dal messaggio chiaro e diretto #iofacciprevenzione.

A gridarlo forte ad un ampio target femminile la testimonial dell’edizione 2016, Elisabetta Gregoraci, attrice, conduttrice televisiva e modella, che ha offerto gratuitamente la sua immagine e la sua opera per rendere sempre più consapevoli le donne sull’importanza vitale della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori alla mammella. Un volto che rispecchia il percorso che la LILT ha intrapreso già nell’edizione 2015.

Il Tumore alla mammella continua ad essere per noi donne il “Big Killer n.1”, ha registrato infatti un aumento tra le giovani donne in età al di sotto dei 50 anni di circa il 30%. Si tratta di una fascia di età esclusa dal programma di screening per ora previsto dal Sistema Sanitario Nazionale e riservato alle donne di età compresa tra i 50 e i 69 anni. Si stima inoltre che in Italia nel 2016 saranno oltre 50.000 i nuovi casi di cancro alla mammella. Inoltre, come da previsioni, nelle sole regioni del sud Italia, quali Puglia e Basilicata, si potranno verificare oltre 5.000 nuovi casi di cancro al seno.

L’aumento dell’incidenza del tumore al seno è stata pari ad oltre il 15% nell’ultimo quinquennio. Ciò, pur considerando che la guaribilità del cancro al seno è sensibilmente salita, attestandosi oggi intorno all’80-85% dei casi. Il che comunque significa che il 15-20% circa delle pazienti che affronta la malattia non riesce a superarla. **Ma sappiamo anche che una diagnosi precoce di cancro al seno comporterebbe una guaribilità superiore al 95% dei casi.** “LILT for Women – Campagna Nastro Rosa 2016” si pone dunque l’importante obiettivo di intercettare e sensibilizzare – tra gli altri – anche e soprattutto un target giovane e sceglie di farlo attraverso un volto in grado di comunicare con immediatezza e freschezza.

La campagna, infatti, attraverso il claim e una chiara operazione di “call to action” resa dall’hashtag #iofacciprevenzione, parla ad ogni donna, giovane e non, che abbia affrontato la patologia tumorale o che sia sana, che abbia un seno naturale o abbia subito un intervento di chirurgia estetica, abbinata e non abbinata, di ogni etnia, per sottolineare ancor più marcatamente che il messaggio è dedicato a tutte le donne.

L’importanza strategica e vitale della prevenzione viene messa in luce da dati ed evidenze che oggi conosciamo molto bene. Sappiamo, infatti, che un tumore al seno per essere messo in evidenza clinicamente impiega alcuni anni, per raggiungere dimensione di 1cm anche 6 anni, mentre per raddoppiare da un punto di vista volumetrico può impiegare un tempo molto breve: massimo 7 mesi. Una rapida e incontrollabile corsa che può e deve essere arrestata attraverso programmi costanti di prevenzione a cui anche le giovani donne devono essere avvicinate.

Alla luce di queste evidenze l’importante compito dalla LILT è anche quello di contribuire attivamente alla diffusione del concetto di prevenzione e delle azioni che possono essere intraprese in tal senso. Un’attenzione particolare in questa fase viene dedicata alle giovanissime, a partire dai 16-18 anni, attraverso le scuole con insegnamenti accurati ad eseguire autoesame e autopalpazione. La conoscenza di questo organo e del proprio corpo attraverso l’autopalpazione, permetterà a queste future donne - nel giro di 10 anni - di conoscere perfettamente il proprio

seno. In proposito si evidenzia come ancora oggi nel nostro Paese **il 35% delle donne sopra da sola di avere un nodulo alla mammella** e si rivolga autonomamente al proprio medico. **La diffusione della prevenzione come stile di vita diventa pertanto una reale ed urgente responsabilità sociale!**

Durante la campagna che interesserà l'intero mese di Ottobre gli oltre 300 Spazi Prevenzione (ambulatori) delle 106 Sezioni Provinciali LILT, distribuiti su tutto il territorio nazionale, saranno a disposizione dell'utenza gratuitamente per informazioni, visite senologiche e, ove occorra, eventuali controlli diagnostici clinico-strumentali.

Si ricorda che la LILT – Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori rappresenta, in Italia, l'unico Ente Pubblico su base associativa che ha come compito istituzionale principale la promozione e diffusione della cultura della prevenzione oncologica come metodo di vita, senza alcuna finalità di lucro.

A supporto della campagna **“LILT for Women – Campagna Nastro Rosa 2016”** è a disposizione della cittadinanza anche un importante servizio che LILT offre dal 2007 **“Linea SOS LILT”**, un numero verde nazionale con chiamata anonima e gratuita rivolta a tutti. Un'équipe di esperti, composta da giuristi, medici e psicologi, risponde dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 15 e offre supporto per iter burocratici, informazioni medico-oncologiche e centri oncologici, supporta inoltre eventi nazionali come nel caso della Campagna Nastro Rosa, in occasione del quale sarà a disposizione per informazioni e approfondimenti.

Ulteriori informazioni saranno disponibili sul sito dedicato www.lilt.it e sui canali social LILT.

“Nel 2022 la LILT celebrerà i 100 anni di attività e, ricordando quando nel dicembre del 1969 apparve sul New York Times un'inserzione con queste parole: “Perché non proviamo a sconfiggere il cancro prima del duecentesimo anniversario dell'America? Che festa sarebbe!”, vorrebbe festeggiarli con la vittoria sul cancro. Con questo spirito ci sentiamo di dichiarare una guerra vincente al cancro, senza morti o prigionieri: un inno alla speranza e alla vita in una guerra difficile, non breve, ma certamente vittoriosa se sapremo prenderci cura del nostro ambiente. Questo perché oggi conosciamo l'importanza dei fattori ambientali, tant'è che definiamo il cancro: una malattia ambientale su base genetica” **ha commentato il Presidente della LILT, Professore Francesco Schittulli** *“Lavoreremo quindi insieme affinché i circa 3 milioni di uomini e donne con un vissuto cancro possano serenamente convivere con questa malattia, come se si trattasse di una patologia cronica, paragonabile all'artrosi, al diabete, all'ipertensione, e perché la guaribilità si possa avvicinare sempre più al nostro obiettivo finale: mortalità zero per cancro!”* **conclude il Presidente della LILT.**

“Sono orgogliosa di aver prestato la mia immagine per una campagna così prestigiosa e sostenuta da un Ente pubblico su base associativa, l'unico esistente nel nostro Paese, che ogni giorno si impegna per rendere la prevenzione uno stile di vita sano. Sono pertanto onorata di poter essere la portavoce di un messaggio positivo finalizzato a dare una speranza in più contro il cancro, una terribile malattia che però grazie ad un'attenta e scrupolosa attività di prevenzione può essere sconfitta” **ha commentato la testimonial, Elisabetta Gregoraci.** *“Sono una donna del Sud, luogo del quale si parla ancora poco di prevenzione. Vorrei dunque che questa campagna, dedicata a tutte le donne, arrivasse anche alle giovani del Sud Italia, cosicché possano avvicinarsi alla prevenzione e proteggersi. E ad ogni donna che entrerà in contatto con questa campagna dico: “IO FACCIO PREVENZIONE e tu?”.*