

Più di 1000 donne adesso sanno che prevenire il tumore al seno è possibile

Philips ha offerto visite gratuite sull'Unità Mobile della Lilt per avvicinare sempre più donne alla cultura della prevenzione come stile di vita

Philips ha scelto quest'anno di affiancare la sezione milanese della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) nell'ambito della Campagna Nastro Rosa 2012, portando concretamente nelle piazze dell'hinterland milanese la sua attività di educazione sui temi della salute e della prevenzione contro il tumore al seno attraverso un'Unità Mobile completamente attrezzata.

Oltre 1.000 donne hanno così potuto ricevere una visita senologica gratuita e per 246 donne si è trattato del primo controllo. Le visite hanno portato all'individuazione di 10 casi "sospetti"; la fascia di età 30/40 anni è quella che ha registrato la maggior partecipazione (253), ma anche quella più giovane, 20/30 anni, ha risposto positivamente all'invito alla prevenzione con 114 donne visitate.

Ogni anno si verificano più di 40.000 nuovi casi di tumore al seno; in Italia lo sviluppo della malattia si sta manifestando in donne più giovani con un incremento di circa il 30% nella fascia di età compresa tra i 25 e i 49 anni. L'individuazione di un tumore impalpabile di pochi millimetri – e quindi rilevabile solo con gli esami strumentali – determina la totale guarigione in oltre il 90% dei casi senza danni fisici e psicologici nella donna. (Fonte LILT)

La tecnologia è uno degli aspetti fondamentali su cui si basa la lotta contro la malattia: lo screening mammografico è uno strumento efficace per la diagnosi precoce dei tumori al seno. Mammografia ed ecografia rimangono gli esami elettivi cui sottoporsi regolarmente per poter intervenire con tempestività ed affrontare la malattia con più possibilità di successo.

“Se anche una sola donna tra quelle che si sono sottoposte alle visite sull'Unità Mobile avrà la possibilità di intervenire in tempo e salvarsi avremo ottenuto un risultato impagabile” ha commentato Sergio Tonfi, Corporate Marketing & Communication Manager Philips. *“Il nostro compito è quello di collaborare con tutte le parti coinvolte per far crescere il numero di donne che diventano convinte promotrici della crescente attenzione a questo tema perché sanno quanto sia importante giocare d'anticipo”.*