

**COMUNICATO STAMPA**

 **PROSEGUE A BERGAMO LA CAMPAGNA DI EUROPA DONNA**

**“OGNI SENO HA UNA STORIA. LO SCREENING TE LA PUÒ RACCONTARE”**

* ***Obiettivo ricordare quanto siano fondamentali gli esami di prevenzione previsti dal Servizio Sanitario Nazionale***
* ***A Bergamo un altro graffito lombardo ispirato a Sant’Agata: presto anche in altre città della Regione.***

*Bergamo, 20 dicembre 2023 –* Anche Bergamo aderisce alla campagna di sensibilizzazione sull’adesione allo screening mammografico di Europa Donna Italia, svelando il suo murales nell’ambito del progetto *Ogni seno ha una storia, lo screening te la può raccontare*. La missione del progetto è quella di realizzare tanti murales, in tutta Italia, con l’effige di una moderna e contemporanea Sant’Agata, elevata a simbolo laico e universale, che ricordi quanto sia importante prendersi cura del proprio seno tutto l’anno. Un’esortazione ad aderire agli screening mammografici organizzati, anche a fianco della Regione Lombardia per la campagna “*io non aspetto”* con la testimonial Ambra Angiolini.

Europa Donna Italia è da sempre impegnata nella prevenzione del tumore al seno, e lo sviluppo di questo progetto dimostra quanto sia universalmente condiviso il bisogno di innalzare con questa campagna il numero delle adesioni allo screening, prendendo spunto da un murales di Catania che rappresenta Sant’Agata, come protettrice della salute del seno della donna.

I murales di Europa Donna sono partiti da Foggia e hanno poi interessato Milano, in questi giorni Bergamo e a seguire altre città lombarde, dove l’adesione agli screening non supera il 49%. In particolare, nel biennio 2020-2021 la popolazione target per lo screening mammografico in Lombardia, ovvero donne tra i 50-74 anni è pari 1.719.162 persone (\*) Il programma di screening per il cancro della mammella è attivo in tutte le ATS lombarde e il numero di donne invitate nel 2020-2021 è stata di 1.113.993 persone, che rappresenta una copertura degli inviti pari al 65.1%. Il numero di donne che ha eseguito la mammografia di primo livello è 690.560, che corrisponde a un tasso di adesione del 62% (54,5% nel 2020 e 66,9% nel 2021).

I dati 2022 di Regione Lombardia invece riguardano **anche** le fasce 45-49 anni di età, oggetto dell’estensione del Programma di Screening mammografico. A fronte del 98% della popolazione elegibile allo screening che hanno ricevuto l’invito nella fascia di età 45-74 anni, il numero delle persone rispondenti è del 56%. **Nella provincia di Bergamo l’adesione risulta più alta rispetto alla media regionale, attestandosi intorno al 68%**.

Bergamo, grazie alla collaborazione dell’Agenzia di Tutela della Salute, ha scelto come collocazione una via centrale, Via Bono Bartolomeo 3, a ridosso della stazione ferroviaria. Ad interpretarla un artista della zona: Wiz, al secolo William Gervasoni (Stradedarts- Urban Gallery Milano), il quale ha rivisto l’immagine della Santa in un’interpretazione personale.

“Siamo entusiaste che la campagna sia approdata anche a Bergamo. La prevenzione è fondamentale per intercettare la malattia in tempo: lanciare questo tipo di messaggi al di fuori dei luoghi dedicati alle cure è un elemento di forza del progetto, così come il lavoro di squadra che ci ha permesso di realizzarlo” spiega Paola Cornero, Presidente dell’Associazione Amiche per Mano, una delle 4 associazioni di Bergamo tutte appartenenti alla rete di Europa Donna Italia, insieme a Associazione Oncologica Bergamasca, Cuore di Donna, LILT Bergamo.

La prevenzione del tumore del seno attraverso lo screening mammografico viene svolta dal Centro Screening oncologici del Servizio Medicina Preventiva di Comunità dell’ATS di Bergamo, in collaborazione con le 3 ASST pubbliche (ASST Papa Giovanni XXIII, ASST Bergamo Est, ASST Bergamo Ovest) e 3 Aziende private accreditate (Policlinico San Marco, Policlinico San Pietro e Humanitas Gavazzeni), da più di 20 anni.

Collaborano inoltre con il Centro Screening i Medici di Assistenza Primaria e gli Specialisti, i quali assicurano la sorveglianza di tutta la popolazione, anche di quella che non rientra nei programmi di screening perché non appartenente alla classe d’età. La popolazione femminile coinvolta dallo screening appartenente alla classe di età 50-74 anni viene invitata ogni due anni ad eseguire un test di screening per la diagnosi precoce di una lesione tumorale o suscettibile alla trasformazione maligna.

Dal 2019, per le donne d'età 45-49 anni, è stata introdotta la chiamata annuale. Il test di primo livello è rappresentato dalla mammografia bilaterale in doppia proiezione, che è un esame semplice nella tecnologia e nell’utilizzo delle apparecchiature, con elevata sensibilità diagnostica ed elevata specificità, con un rapporto positivo costo/efficacia.

In caso di esito non negativo della mammografia di screening alla donna sarà assicurata, senza versamento di ticket, presso una delle Strutture ospedaliere sopraelencate, una serie di accertamenti clinici, di diagnostica radiologica e chirurgica d’approfondimento, avviando le eventuali cure che si rendessero necessarie.

ATS Bergamo, attraverso la campagna di screening, assicura con equità ad ogni donna un percorso di diagnosi e terapia, gratuito ed accessibile. Le prestazioni specialistiche dei programmi di screening, basate su evidenze scientifiche, sono, infatti, ricomprese nei LEA (Livelli Essenziali di Assistenza) e pertanto non è prevista la compartecipazione della spesa da parte del cittadino. Gli studi evidenziano la riduzione del 35% del rischio di morte per cancro della mammella nelle donne che partecipano al programma di screening. Da qui l’invito a una sempre maggiore adesione ai programmi e la partecipazione ad iniziative informative e di sensibilizzazione come quella di Europa Donna.

Il progetto continuerà nel 2024 con altri murales e altri artisti in altre Regioni come il Lazio, il Piemonte, la Puglia ed altre ancora.

**LO SCREENING: UN IMPEGNO COSTANTE PER EUROPA DONNA ITALIA**

Tre i punti di questa campagna che si rivolge contemporaneamente alle donne e alle Istituzioni:

1. aggiornamento e rimodulazione del messaggio e delle modalità di recapito dell’invito e dell’esito, in modo da incrementarne significativamente l’adesione.
2. verificare sistematicamente la familiarità al primo accesso; ovvero rendere le donne più consapevoli e proattive verso la necessità di effettuare lo screening, spiegando anche concetti come familiarità e seno denso.
3. uniformare lo screening dai 45 ai 74 anni in tutte le regioni, che si traduce nel monitorare che sia stata raggiunta l’uniformità regionale, in virtù del fatto che l’estensione della fascia di età 45-74 fa già parte del Piano Nazionale della Prevenzione.

Oggi questo impegno si traduce in una campagna che unisce diversi mezzi per un unico obiettivo, quello di rendere consapevoli e partecipative le donne e stimolare istituzioni e decisori ad intervenire per colmare le modalità di accesso e l’uniformità tra nord e sud.

La campagna “Ogni seno ha una storia. Lo screening te la può raccontare” gode del supporto della comunità scientifica, tra cui SIRM, GISMa, ONS, AITeRS, Fondazione AIOM e Senonetwork.

Il progetto è stato realizzato con il contributo non condizionante di Gilead e Lilly.

(\*) (fonte: ISTAT 1 gennaio 2021).

**Ufficio stampa**

**Europa Donna Italia-** **stampa@europadonna.it** **;** **marianna.lovagnini@europadonna.it**