



COMUNICATO STAMPA

PROSEGUE A MANTOVA 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 Mantova un altro graffito lombardo ispirato a Sant’Agata: presto anche in altre città della Regione.***

Mantova, 28 dicembre 2023 – Anche Mantova 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’effigie 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. La presentazione dell’opera, inoltre, è stata l’occasione per organizzare un incontro pubblico presso le sedi locali di ATS Val Padana e fare il punto della situazione.

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, Bergamo e Mantova e a seguire altre città lombarde dove l’adesione agli screening non superano il 49%.

DATI LOCALI (EVENTUALE RICHIAMO NEI TITOLI)

Mantova, grazie alla collaborazione di ATS Val Padana, ASST Mantova e altri supporters, ha scelto come collocazione proprio la sede di ASST Mantova in Strada Lago Paiolo, 10. Ad interpretarla l’artista Wiz, al secolo William Gervasoni (Stradedarts- Urban Gallery Milano) che ha rivisto l’immagine della santa in una sua interpretazione personale.

“L’ATS della Val Padana – afferma **Salvatore Mannino, Direttore Generale** - attraverso il sostegno alla Fondazione Europa Donna e con la preziosa collaborazione dell’ASST di Mantova, è orgogliosa di avere apposto anche la sua firma su quest’opera che, nell’ambito della campagna nazionale Screening Sant’Agata - Ogni seno ha una

storia, lo screening te la può raccontare, si aggiunge a quelle già realizzate in altre città italiane. Il murales, oltre a portare bellezza in un contesto sanitario, intende attirare l'attenzione di chi lo osserva attraverso un'imponente immagine evocativa che colpisce, per richiamare tutte le donne ad una maggiore cura della propria salute, aderendo a tutte le occasioni di prevenzione che la Sanità Pubblica mette loro a disposizione gratuitamente."

"L'ATS della Val Padana, come tutta Regione Lombardia – aggiunge **Emanuela Anghinoni, Responsabile del Servizio Programmi di Screening di Popolazione di ATS** - offre alla popolazione lo screening mammografico per intercettare precocemente la malattia e cambiare così il corso di una vita; per questo motivo abbiamo convintamente aderito anche a questa campagna di sensibilizzazione promossa da Regione Lombardia e per ricordare costantemente alle donne di cogliere questa opportunità per fare del bene a sé stesse. Mi piace anche sottolineare come questa opportunità sia offerta anche dai programmi di screening per la prevenzione dei tumori del colon retto e del collo dell'utero, anche grazie alla collaborazione della rete ospedaliera territoriale sia pubblica che privata accreditata."

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 grazie al sostegno di Associazione di Promozione sociale "Colibrì", Federfarma Mantova, Metal Condotte, Arisi SRL, Anima Digitale, Fondazione Comunità Mantovana, IOM (Istituto Oncologico Mantovano).

Ufficio stampa

intermedia@intermedianews.it
030.226105 – 3487637832

Europa Donna Italia- stampa@europadonna.it