

Primo Piano - *Tumore al seno, LILT lancia Nastro Rosa 2026: «Il primo passo» è conoscere il proprio corpo*

Roma - 29 set 2026 (Prima Notizia 24) **Presentata alla Camera dei Deputati la campagna che accompagnerà il mese di ottobre. In Italia si stimano circa 60 mila nuove diagnosi l'anno. L'invito è a prestare attenzione ai cambiamenti del seno e a seguire i controlli raccomandati.**

onoscere il proprio corpo, accorgersi di un cambiamento, parlarne con un medico. La campagna LILT for Women – Nastro Rosa 2026 parte da gesti vicini alla vita quotidiana e li raccoglie in un messaggio: «Il primo passo». L'iniziativa è stata presentata oggi alla Camera dei Deputati dal presidente nazionale della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, Francesco Schittulli, in vista del mese di ottobre dedicato alla sensibilizzazione sul tumore al seno. In Italia si stimano circa 60 mila nuove diagnosi di carcinoma mammario ogni anno. È il tumore più frequentemente diagnosticato tra le donne e, secondo i dati diffusi dalla LILT, una donna su sette potrebbe svilupparlo nel corso della vita. La mortalità è in progressiva riduzione dal 2000, grazie ai passi avanti nella diagnosi precoce e nelle cure. Restano essenziali l'informazione e l'accesso ai percorsi di prevenzione. Al centro della campagna c'è l'autopalpazione, proposta come modo per familiarizzare con il proprio seno e riconoscere eventuali cambiamenti. Non sostituisce la mammografia, le visite o gli altri esami indicati dal medico: lo screening può individuare anche lesioni ancora troppo piccole per essere percepite al tatto. «Partire dalla conoscenza del proprio corpo è il primo atto di prevenzione», ha detto Schittulli durante la presentazione, chiedendo programmi di screening uniformi sul territorio nazionale. È un punto che riguarda la possibilità concreta, per ogni donna, di ricevere informazioni chiare e accedere ai controlli nei tempi appropriati. All'incontro sono intervenuti anche il sottosegretario alla Salute Marcello Gemmato, la deputata Maria Stefania Marino e l'ambasciatrice della campagna Elisabetta Gregoraci. Quest'ultima ha richiamato la propria esperienza personale per invitare le donne a non rimandare i controlli. Il vicepresidente dell'ANCI Roberto Pella ha sottolineato il ruolo dei Comuni nel rendere la prevenzione accessibile sui territori. Durante ottobre, le associazioni LILT e i coordinamenti regionali promuoveranno visite senologiche, incontri informativi e attività nelle scuole e nei luoghi di lavoro. Il messaggio di Nastro Rosa vuole accompagnare le donne oltre il mese della campagna: prestare attenzione a sé, chiedere un parere quando qualcosa cambia e partecipare ai programmi di screening significa dare continuità a quel primo passo.

di Maurizio Pizzuto Martedì 29 Settembre 2026

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it