

SELECTION

CHARITY

Il nastro della salute

Una giornata di shopping con LILT per finanziare la lotta ai tumori

di Valentina Ravizza



INFORMAZIONE, PREVENZIONE e diagnosi precoce: sono questi i tre fronti chiave della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori. Soprattutto a ottobre, il mese del Nastro Rosa, simbolo internazionale della campagna di sensibilizzazione per la salute delle donne e di sostegno alla ricerca scientifica sul cancro al seno, durante il quale tutte le associazioni italiane di LILT offrono visite gratuite. A sostenere la campagna è scesa in campo anche l'Associazione MonteNapoleone District che

Il nastro rosa che a ottobre veste le vie del Quadrilatero della moda di Milano è il simbolo internazionale della lotta ai tumori della mammella.

rappresenta i più prestigiosi brand del lusso, della moda e del design, organizzando una giornata di «shopping in rosa» nelle boutique del Quadrilatero milanese (formato dalle vie Monte Napoleone, Sant'Andrea, Verri, Santo Spirito, Gesù, San Pietro all'Orto e Bagutta), che il 22 ottobre destineranno il dieci per cento degli incassi proprio a LILT Milano Monza Brianza. Un'iniziativa portata avanti con successo dal 2010 anche grazie all'impegno del presidente di Monte Napoleone District Guglielmo Miani: «In



questi anni abbiamo raccolto un milione e 700mila euro, con i quali sono stati acquistati apparecchi, rinnovati gli ambulatori milanesi e offerto servizi sempre più all'avanguardia» spiega, citando con particolare orgoglio l'unità mobile che lo «shopping in rosa» ha contribuito a finanziare e per raggiungere anche le fasce di popolazione più deboli ed emarginate. «La pandemia ha distolto fondi e attenzione alla prevenzione e alle attività di screening, dobbiamo colmare velocemente questo vuoto».

FOTO: GIOVANNI DIFFIDENTI

Guglielmo Miani, presidente dell'Associazione MonteNapoleone District, in uno scatto della mostra *Join the fight* realizzata per sostenere LILT.

GLI APPUNTAMENTI ROSA DI OTTOBRE

L'edizione milanese della campagna Nastro Rosa di quest'anno si aprirà il 4 ottobre con il talk *Chi ha più paura del tumore al seno? L'esperienza del tumore al seno nella vita di coppia* a Palazzo Marino; e proseguirà con il tour della prevenzione che farà 15 tappe nelle piazze del territorio di Milano

e Monza e 17 nelle aziende, con opportunità di fare visite senologiche e mammografie. Il 22 ottobre sarà infine la giornata dedicata allo «shopping in rosa» in via Monte Napoleone e alle visite gratuite in tutti gli ambulatori LILT. Il programma aggiornato si trova su nastrorosa.legatumori.mi.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA