**Schtroumpfette et Think Pink se mobilisent pour le Mammotest**

**DINANT, 10 septembre 2018 – « Si vous faites le dépistage, faites-le schtroumpfement\* » : c’est le message que la nouvelle campagne de Think Pink et les centres régionaux de dépistage, le CCR et Brumammo, souhaitent diffuser. L’astérisque fait référence aux trois caractéristiques essentielles du Mammotest : son assurance de qualité, sa gratuité et la tranche d’âge ciblée pour les femmes, cad. entre 50 à 69 ans. La campagne peut compter sur le soutien précieux d’une ambassadrice unique en son genre, la Schtroumpfette. Le but est d’augmenter le taux de participation au dépistage organisé en Wallonie et à Bruxelles, parmi les plus bas d’Europe.**

Se situant dans la tranche d’âge ciblée, la Schtroumpfette est la parfait image phare de cette nouvelle campagne. « Elle fait désormais partie du groupe cible : les femmes entre 50 et 69 ans qui sont invitées pour un Mammotest », explique Heidi Vansevenant, la présidente de l’asbl Think Pink. « Nous sommes très heureux et fiers que la Schtroumpfette soutienne de tout cœur la campagne de sensibilisation au Mammotest. »

**Une détection précoce est capitale**

75 % de taux de participation est l’objectif européen du Mammotest, le dépistage organisé pour le cancer du sein. Les résultats parlent d’eux-mêmes, le taux de participation est inférieur à 12 % pour Bruxelles et 8 % pour la Wallonie. Pourtant, plus un cancer du sein est détecté tôt, plus les chances de guérison sont élevées.

Le Mammotest est un examen radiographique des seins, aussi appelé mammographie, qui permet de repérer un cancer du sein avant que vous puissiez remarquer des symptômes. C’est le seul examen de dépistage conforme aux recommandations européennes. C’est pourquoi Think Pink en tant que campagne nationale de lutte contre le cancer du sein a unis ses forces avec les organismes régionaux du dépistage organisé, le CCR et Brumammo.

*« Une femme sur trois ne se fait jamais dépister »*

« Chaque femme entre 50 et 69 ans reçoit automatiquement une lettre d’invitation pour le Mammotest de la part de CCR (en Wallonie) ou Brumammo (à Bruxelles). Étant donné que le dépistage organisé et ses avantages ne sont pas assez connus, trop peu de femmes y participent », souligne Heidi Vansevenant. « En diffusant au grand public une information claire avec le soutien d’une ambassadrice 100 % belge, nous voulons encourager les femmes à répondre positivement à l’invitation et de se faire dépister par le biais du Mammotest. »

La campagne explique en quoi consiste l’assurance de qualité du Mammotest. Premièrement, les clichés des Mammotests sont toujours lus de façon indépendante par au moins deux radiologues. Cela s’appelle « la double lecture indépendante ». L’examen n’est effectué que dans les unités de mammographie agréées par les autorités, qui répondent aux critères définis légalement. Les installations utilisées sont soumises à des contrôles de qualité exigeants et réguliers. En plus, les technologues et radiologues liés aux programmes de dépistage reçoivent régulièrement une évaluation sur leurs Mammotest réalises. Ainsi, les autorités assurent une mammographie et une évaluation qualitative.

**Une campagne d’envergure**

« Déjà 136 communes wallonnes et bruxelloises participent à la campagne. En plus, des partenaires Think Pink la soutiennent également, tels que La Libre Belgique, PartenaMut, ICI PARIS XL, Victoria … », ajoute Heidi Vansevenant. « Nous voulons toucher plus de personnes possible avec notre campagne. Nous invitons également d’autres communes, et sympathisants à se joindre à la campagne. »

Heidi ajoute : « Ensemble avec le CCR et Brumammo, Think Pink a mis en place un dossier reprenant l’essentiel de la campagne. Ce dossier est disponible sur leurs sites web afin de répondre au mieux aux éventuelles questions. Par le biais d’une vidéo explicative réalisée avec le soutien du CCR et du CHU de Dinant, nous voulons expliquer le déroulement d’un Mammotest. » La présidente de l’asbl Think Pink ajoute que si une femme remarque un changement au niveau de ses seins, avant ou entre deux Mammotest, elle doit impérativement contacter son médecin traitant.

**Dinant s’habille en rose**

La campagne est lancée cette semaine à Dinant, la première ville Think Pink de Wallonie. La ville s’habillera en rose, tout comme le CHU de Dinant, et organisera un tas d’activités sur le thème de la campagne de dépistage et de la lutte contre le cancer du sein.

La campagne marque aussi le début de l’action annuelle des rubans roses, le symbole international de lutte contre le cancer du sein. Chaque commerçant ou commune peut soutenir celle-ci en commandant une boîte à rubans roses gratuite. Un ruban rose se vend à 1€, en leur portant vous diffusera le message suivant: faites-vous dépister à temps par le biais du Mammotest.

*Vous trouverez toutes les informations sur la campagne pour le Mammotest sur* [*think-pink.be/mammotest*](http://www.think-pink.be/fr/mammotest)*.*

***Think Pink sensibilise à la problématique du cancer du sein et finance la recherche concernant le cancer le plus fréquent chez les femmes.***

*Think Pink répond à quatre objectifs précis : informer, sensibiliser, financer la recherche scientifique et soutenir les projets de soins avant et après le traitement. Think Pink réalise ces objectifs via trois fonds. C’est ainsi que Coupe d’Éclat aide les femmes pour l’achat de leur perruque. Avec un petit geste ou un soutien particulier, le Fonds Share your Care de Think Pink veut faciliter la vie durant ou après un cancer du sein, en Clinique du Sein mais également à l’extérieur. Et le Fonds SMART de Think Pink finance la recherche scientifique concernant de nouvelles méthodes en matière de dépistage, de traitement et de suivi du cancer du sein en Belgique.*

**Contact de presse : Jessica Chacana Hernandez • 0475 40 66 02 • jessica@think-pink.be**