

FRANCESCA SENETTE E' LA TESTIMONIAL 2010

L'IMPEGNO A TUTTO CAMPO DELLA LILT E DI ESTÉE LAUDER COMPANIES

Sarà Francesca Senette, giornalista e conduttrice televisiva, la testimonial dell'edizione 2010 della **Campagna Nastro Rosa**, dedicata alla **prevenzione del tumore al seno**. Ad ottobre, infatti, la **LILT** (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori) ed **Estée Lauder Companies**, società leader nella profumeria di prestigio, torneranno in prima linea nella lotta a questa grave patologia neoplastica, che registra annualmente un'incidenza sempre maggiore.

La **Campagna Nastro Rosa**, ideata nel 1989 negli Stati Uniti da Evelyn Lauder e promossa in tutto il mondo, ha come obiettivo quello di sensibilizzare un numero sempre più ampio di donne sull'**importanza vitale della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori della mammella**, informando il pubblico femminile anche sugli **stili di vita correttamente sani da adottare e sui controlli diagnostici da effettuare**.

IL TUMORE AL SENO E L'IMPORTANZA DELLA DIAGNOSI PRECOCE

In tutto il mondo occidentale, il tumore al seno è il **primo tumore femminile per numero di casi** e la sua incidenza è in costante aumento, tanto da essere considerato alla stregua di una **vera e propria malattia sociale**. In **Italia** si calcola che nel 2010 i nuovi casi di tumore alla mammella saliranno a circa **42mila**. Sconfiggere la malattia è possibile nella stragrande maggioranza dei casi, grazie soprattutto alla prevenzione e all'anticipazione diagnostica.

LA CAMPAGNA NASTRO ROSA: LE INIZIATIVE DEL MESE DI OTTOBRE

Per ogni donna la **prevenzione deve essere sinonimo di promozione del proprio benessere, della propria salute, ma anche della propria bellezza**. Tante le iniziative che saranno realizzate, in tutta Italia, durante il mese di ottobre. Ecco di seguito quali:

□ VISITE SENOLOGICHE

Durante il mese di ottobre gli oltre 390 Punti Prevenzione (ambulatori) LILT, la maggior parte dei quali all'interno delle **106 Sezioni Provinciali della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori**, saranno a disposizione per **visite senologiche e controlli clinici strumentali**.

□ IL CALENDARIO DI VISITE ED EVENTI

Per conoscere giorni e orari di apertura dell'ambulatorio **LILT** più vicino, in cui effettuare anche esami di diagnosi precoce e controlli, si può chiamare, per informazioni, il **numero verde SOS LILT 800-998877** o consultare i siti www.nastrorosa.it o www.lilt.it dove saranno pubblicati anche gli eventi organizzati nelle varie città italiane nel mese di ottobre.

LE NOVITA' DELL'EDIZIONE 2010

□ UN ASSEGNO PER LA RICERCA

La **Campagna Nastro Rosa**, patrocinata da Estée Lauder Companies, sarà presentata quest'anno a Milano nel corso di un **incontro a Palazzo Reale il 6 Ottobre alle ore 18**,

con la consegna di un premio offerto da Estée Lauder Companies a una giovane ricercatrice dell'Istituto dei Tumori.

L'iniziativa proseguirà con la suggestiva illuminazione in rosa del Palazzo di fronte al quale sarà allestita **l'Unità Mobile dove, dalle ore 20 alle ore 22**, verranno effettuate **visite gratuite di diagnosi precoce al seno**.

Le visite presso l'Unità Mobile in Piazzetta Reale proseguiranno anche nelle giornate del **7,8 e 9 ottobre dalle ore 11 alle 18.30** continueranno poi, **per tutto il mese di ottobre**, presso gli **Spazi Prevenzione di Milano e Monza**.

□ UNA MADRINA D'ECCEZIONE: EVELYN LAUDER A ROMA PER LA CAMPAGNA

Il prossimo **13 ottobre** sarà una "data storica" per la Campagna Nastro Rosa, giunta alla sua XVII edizione in Italia. **Evelyn Lauder, fondatrice nel 1989 della Campagna, sarà infatti a Roma** per promuovere – nell'ambito di tour mondiale – tutte le iniziative della Campagna 2010.

La signora Lauder, nel 1991, ideò con Alexandra Penney, capo-redattore della rivista SELF - la prima iniziativa stampa su scala nazionale per promuovere l'educazione e la conoscenza del tumore al seno. Successivamente nel 1993, il Gruppo Estée Lauder annunciò un altro importante aspetto dell'iniziativa Nastro Rosa: la nascita della **Breast Cancer Research Foundation (BCRF)**.

Questa Fondazione rappresenta da sempre un'istituzione senza fini di lucro creata da Evelyn Lauder e finalizzata alla raccolta ed alla distribuzione di fondi per sostenere la ricerca sul tumore al seno presso le maggiori Istituzioni mediche.

Il Gruppo Estée Lauder, grazie anche alla collaborazione dei media ha, nel corso degli anni, promosso con ogni mezzo questa campagna per educare le donne e riuscire a limitare la mortalità di questa patologia.

La signora Lauder, in particolare, è convinta che ancora molto si può e deve fare per rendere le donne sempre più consapevoli dei rischi del tumore al seno: quante più donne oggi vengono informate sull'importanza di una diagnosi precoce, tante più vite si potranno salvare.

"L'impegno Estée Lauder in questo campo cesserà – ha affermato Evelyn Lauder - solo quando questa malattia sarà debellata".

Per questo, ancora oggi, ad oltre 20 anni dalla creazione della Campagna, Evelyn Lauder è ancora in campo, ogni anno, per sensibilizzare milioni di donne sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce del tumore al seno.

MONUMENTI ILLUMINATI DI ROSA IN ITALIA E IN TUTTO IL MONDO

Nel mese di ottobre, l'Italia intera si tingerà di rosa, colore simbolo della lotta contro il tumore al seno. Una luce rosa, infatti, unirà idealmente la nostra Penisola dal Nord al Sud, con tanti monumenti, edifici e statue che resteranno illuminati per una o più notti a testimoniare che, grazie a un'efficace e corretta prevenzione, questa malattia tumorale si può, e si deve, vincere! E come in Italia, anche in tutto il resto del mondo si accenderanno di luce rosa location famosissime e prestigiose, quali l'Empire State Building (New York, USA), le Cascade del Niagara (Ontario, Canada), Opera House (Sidney, Australia), la Torre 101 (Taipei, Taiwan), il Ponte di Nan Pu (Shanghai, Cina), la Torre di Tokyo (Tokyo, Giappone), l'Arena di Amsterdam (Amsterdam, Olanda).

TATUAGGIO NASTRO ROSA

Presso tutte le profumerie Douglas sarà possibile accedere alla scatoletta di raccolta fondi LILT e richiedere il nastro rosa da "tatuare" sulla pelle con adesivo trasferibile. E' richiesta un contributo minimo di **1€ ad esclusivo sostegno LILT**.

SU NASTROROSA.IT PARTE L'INIZIATIVA "SORRIDI IN ROSA"

La strada della corretta prevenzione non può prescindere dal web. A partire dal **25 settembre** p.v. sarà rilanciato il **mini portale**: www.nastrorosa.it, dove verranno fornite indicazioni specifiche sulla campagna e sulla "prevenzione" del tumore alla mammella.

L'iniziativa "**Sorridi in rosa**" metterà a disposizione delle donne l'esperienza di Estée Lauder e Clinique nel campo della bellezza: tutte coloro che si iscriveranno al sito www.nastrorosa.it nel mese di ottobre potranno, infatti, **scaricare il voucher con cui recarsi presso molti corner Estée Lauder de "La Rinascente" d'Italia e quelli "Coin" di molte città (in ottobre elenco esatto sul sito), per usufruire di una seduta di make up gratuita ad opera di visagisti professionisti, oppure scegliere tra uno dei servizi dei menù di bellezza Estée Lauder e Clinique, come analisi della pelle, scelta del fondotinta perfetto, percorso profumato, eccetera.**

NASTRI ROSA E GUIDE POCKET DISTRIBUITI GRATUITAMENTE

Inoltre, presso le Profumerie Douglas, i banchi Estée Lauder Companies de La Rinascente e Coin d'Italia si potrà ritirare gratuitamente la Guida Pocket alla prevenzione e l'ormai inconfondibile nastrino rosa, simbolo della Campagna. Il nastro rosa è distribuito gratuitamente anche nelle boutique e nel corner Jo Malone di Milano e Roma, nei saloni Aveda e nelle farmacie che distribuiscono il marchio Darphin in tutta Italia.

TANTI PRODOTTI DI BELLEZZA A SOSTEGNO DELLA LILT

Anche quest'anno **Estée Lauder Companies** supporterà l'attività degli ambulatori della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, contribuendo con il **10% delle vendite del mese di ottobre** di alcuni prodotti di bellezza: **siero antiage Advanced Night Repair di ESTÉE LAUDER, la crema SUPERDEFENSE SPF 25 di CLINIQUE** super idratante anti età, **Max LS Face Cream di LAB SERIES**, crema antietà per gli uomini.

AVEDA donerà 1 € alla **LILT** per ogni vendita di **Hand Relief**, ricca e idratante crema per le mani a base di emollienti vegetali. Anche **DARPHIN**, marchio cosmetico del Gruppo Estée Lauder Companies, distribuito in 400 farmacie selezionate, donerà il 10% su ogni confezione venduta in ottobre della crema **Intral**, crema per pelli sensibili. I fondi raccolti serviranno a potenziare l'attività degli ambulatori della **LILT**, in cui già si effettuano ogni anno **oltre 400mila** controlli diagnostici. Sostenitori della campagna anche **La Mer** e **Jo Malone**.

COLLEZIONE ROSA DI BORSE DA VIAGGIO TUMI

Su una selezione di modelli e accessori femminili in colore rosa, il lussuoso marchio americano **TUMI** devolverà il **20% delle vendite**.

COLTELLI ROSA DELLA LINEA KYOCERA ISHI BA

Uno speciale coltello in ceramica con il manico rosa a marchio Kyocera sarà disponibile presso le coltellerie e negozi di articoli per la casa che aderiscono all'iniziativa Campagna Nastro Rosa. **Kyocera Ishi Ba** devolverà alla **LILT** il **10% delle vendite** del coltello creato appositamente per l'occasione.

Per ulteriori informazioni:

INC- Ufficio Stampa Campagna Nastro Rosa

Barbara Cimino – tel. 06/44160884 - 335/54.45.420

Ufficio Stampa LILT

Daniela Morigi - tel. 06/44259722 – 328/4515582

www.nastrorosa.it www.lilt.it