

COMUNICATO STAMPA
PARTE LA CAMPAGNA NASTRO ROSA:
ILARIA D'AMICO E' LA TESTIMONIAL 2008
DA LUCA JURMAN LA COLONNA SONORA DELLA PREVENZIONE
L'IMPEGNO A TUTTO CAMPO DELLA LILT E DI ESTÉE LAUDER COMPANIES

Sarà **Ilaria D'Amico** la testimonial dell'edizione 2008 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**, torneranno in prima linea nella lotta a questa grave patologia neoplastica, quest'anno anche con il sostegno di **Europa Donna**.

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

E quest'anno il **Nastro Rosa** avrà anche una colonna sonora: **Luca Jurman**, cantante e noto volto televisivo ha prestato il proprio talento alla solidarietà interpretando una canzone che vuole dedicare a tutte le donne.

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, i nuovi casi di cancro al seno sono circa **40mila l'anno (39.735 nel 2007)**. Sono però **diminuiti i decessi (9.045 nel 2007)**. Uno **studio italiano**, promosso dal Ministero della Salute e dalla **LILT** e recentemente pubblicato sul 'British Journal of Cancer', dimostra che battere il tumore del seno è possibile: la mortalità, infatti si dimezza nelle donne che annualmente effettuano la mammografia.

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 PER LE DONNE CON PIÙ DI 25 ANNI**

Durante il mese di ottobre gli oltre 350 ambulatori LILT, la maggior parte dei quali all'interno delle **103 Sezioni Provinciali della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori**, saranno a disposizione delle **donne con più di 25 anni di età** per **visite senologiche**.

□ **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 800-998877** o consultare il sito www.lilt.it dove saranno pubblicati anche gli eventi organizzati nelle varie città italiane nel corso del mese di ottobre.

□ **PEDALATA DELLA PREVENZIONE**

Grazie al sostegno del **Comune di Roma**, e in particolar modo **dell'Assessorato all'Ambiente**, la conferenza stampa di presentazione delle iniziative 2008 (**25 settembre ore 11.30 Tempio di Adriano**) sarà preceduta dalla "**pedalata della prevenzione**" a cui prenderanno parte alcune rappresentanti del mondo **politico e istituzionale** che percorreranno, in sella alle due ruote del servizio di **bike sharing**, un percorso simbolico da **piazza del Parlamento a piazza di Pietra**.

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 Cascate 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), Taj Mahal Palace e Tower Hotel, (Mumbai, India).

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

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

Grande novità di Nastro Rosa 2008 è l'iniziativa "**Sorridi in rosa**" che metterà a disposizione delle donne l'esperienza di Estée Lauder nel campo della bellezza: tutte coloro che si iscriveranno al sito nastrorosa.it nel mese di ottobre potranno, infatti, **scaricare il voucher con cui recarsi presso tutti i corner Estée Lauder de "La Rinascente" d'Italia (ad esclusione di Monza) e quelli "Coin" di Milano (piazza Cinque Giornate), Varese, Venezia, Mestre, Brescia, Napoli, Catania, Roma (via Cola di Rienzo e Piazza San Giovanni), per usufruire di una seduta di make up gratuita ad opera di visagisti professionisti oppure scegliere tra uno dei servizi del "Menù di Bellezza" Estée Lauder:**

- **CHECK-UP DELLE PELLE** per scegliere con le esperte di Estée Lauder la crema più appropriata alla propria pelle
- **IL TUO FONDOTINTA PERFETTO** per scoprire grazie al sistema *iMatch Foundation* il perfetto colore per il tuo incarnato
- **IL PROFUMO A MODO MIO** per individuare l'essenza e il profumo più adatto e che meglio rappresenta la propria personalità

Inoltre, presso tutti i banchi Estée Lauder si potrà ritirare la Guida Pocket alla prevenzione e l'ormai inconfondibile nastrino rosa, simbolo della Campagna.

- **"NASTRO ROSA" NELLE PROFUMERIE DOUGLAS COI MARCHI ESTÉE LAUDER, CLINIQUE, ARAMIS, LA MER; NEI GRANDI MAGAZZINI LA RINASCENTE E COIN; NELLA BOUTIQUE E NEL CORNER JO MALONE DI MILANO, NEI SALONI AVEDA E NELLE FARMACIE CHE DISTRIBUISCONO IL MARCHIO DARPHIN**

La **Campagna Nastro Rosa** coinvolgerà quest'anno oltre **200 tra profumerie Douglas e grandi magazzini La Rinascente e Coin** e **400 farmacie** in tutta Italia, con una serie di iniziative volte a sensibilizzare ulteriormente tutte le donne sull'importanza della prevenzione. Come ogni anno verranno distribuiti gratuitamente il **nastro rosa in stoffa** da indossare e la **guida pocket** realizzata in collaborazione con la **LILT**, dove trovare tutte le informazioni corrette sulla prevenzione del tumore al seno. In particolare le **profumerie Douglas** di tutta Italia saranno in ottobre **partner preferenziali**; il loro personale di vendita indosserà la maglietta rosa con nastrino appositamente creata da **Estée Lauder Companies** e si dedicherà più che mai a sostenere la diffusione del messaggio di prevenzione.

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: **Perfectionist CP+ di ESTÉE LAUDER**, siero lifting

antirughe e correttore macchie della pelle, alternativa cosmetica al botulino, **Turnaround Concentrate Visible Skin Renewer di CLINIQUE**, un siero quotidiano che rinnova la pelle eliminando le cellule morte, **Lab Series AGE RESCUE di ARAMIS**, prezioso siero anti-ageing per gli uomini che migliora le imperfezioni della pelle e garantisce un'efficace attività contro i segni del tempo. **AVEDA** donerà 1 € alla **LILT** per ogni vendita di **Hand Relief**, ricca e idratante crema per le mani, che lenisce la pelle secca e screpolata con emollienti vegetali idratanti e acidi di frutta esfolianti e antiossidanti, aiutando a ridurre i segni dell'invecchiamento. Anche **DARPHIN**, marchio cosmetico del Gruppo Estée Lauder Companies, distribuito in 400 farmacie selezionate, donerà il 10% su ogni confezione venduta in ottobre di **Prédermine Siero**, un potente siero antirughe che favorisce la produzione naturale del collagene e riduce in maniera visibile le linee d'espressione e le rughe più profonde. 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**.

Per ulteriori informazioni:

INC- Ufficio Stampa Estée Lauder

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

Ufficio Stampa LILT

Claudia Aldi – tel. 06/44259722 - 339/7813394