



## **A OTTOBRE PARTE LA XX EDIZIONE INTERNAZIONALE DELLA CAMPAGNA NASTRO ROSA**

### **CRISTINA CHIABOTTO E' LA MADRINA 2012**

#### ***L'IMPEGNO A TUTTO CAMPO DI LILT ED ESTÉE LAUDER COMPANIES***

Sarà **Cristina Chiabotto**, Miss Italia 2004 e oggi affermata conduttrice televisiva, la testimonial italiana dell'edizione 2012 della **Campagna Nastro Rosa**, dedicata alla **prevenzione del tumore al seno e giunta alla XIX edizione in Italia e XX edizione nel Mondo**.

Ad ottobre, infatti, la **Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT)** ed **Estée Lauder Companies**, società leader nella profumeria di prestigio, torneranno in prima linea nella lotta a questa grave patologia neoplastica, che registra un'incidenza sempre maggiore.

La **Campagna Nastro Rosa**, ideata negli Stati Uniti da **Evelyn Lauder**, di cui quest'anno ricorre il primo anniversario della scomparsa, e promossa in 70 Nazioni, 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**.

#### **LA DIAGNOSI PRECOCE DEL TUMORE AL SENO: 20 ANNI DI PROGRESSI**

Il tumore al seno resta il big killer numero uno per il genere femminile. La sua incidenza è in costante crescita, in Italia ogni anno si ammalano più di 40 mila donne. Un incremento dovuto all'allungamento dell'età media della popolazione femminile e all'aumento dei fattori di rischio. Occorre sottolineare che sta cambiando anche l'età in cui la malattia si manifesta: il 30% circa prima dei 50 anni, fuori quindi dall'età prevista dai programmi di screening mammografico. Un ulteriore motivo per sensibilizzare tutte le donne alla cultura della prevenzione e renderle sempre più protagoniste della tutela della propria salute.

"Negli ultimi anni la mortalità per cancro alla mammella è in costante diminuzione - afferma il prof. Francesco Schittulli, senologo-chirurgo oncologo e Presidente nazionale della LILT - Le nuove tecnologie diagnostiche di *imaging*, sempre più precise e sofisticate ci consentono oggi di individuare lesioni in fase iniziale, quando il grado di malignità, l'indice di aggressività è basso ed il processo di metastizzazione è pressoché nullo. Se noi scopriamo un cancro sotto il centimetro la probabilità di guarire è di oltre il 90% e possiamo inoltre eseguire interventi conservativi che non provocano danni estetici alla donna, a beneficio della sua femminilità". Risultati impensabili solo 20 anni fa quando ancora il cancro al seno era considerata una malattia "incurabile" e solo il 30-35% delle pazienti guariva.

#### **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 i 395 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.lilt.it](http://www.lilt.it)** o **[www.nastrorosa.it](http://www.nastrorosa.it)** dove saranno pubblicati anche gli eventi organizzati nelle varie città italiane nel mese di ottobre.

### **IN ROSA LE VIE DELLO SHOPPING**

Le vie simbolo dello shopping di lusso di alcune delle principale città italiane si vestiranno di rosa - nel primo week-end di ottobre - per sostenere la lotta contro il tumore al seno. Due giorni di shopping solidale organizzati da LILT con Estée Lauder Companies e dalle Associazioni di categoria. **La moda, il design e il lusso delle più importanti griffe italiane e internazionali, sosterranno il messaggio di prevenzione del tumore al seno devolvendo parte degli incassi del week-end** a favore della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.

Palloncini, luci, nastri e tappeti rosa addobberanno le vie dello shopping dove volti noti della moda e dello spettacolo - tra cui **Cristina Chiabotto**, testimonial della Campagna Nastro Rosa in Italia - si daranno appuntamento per sostenere insieme l'importante messaggio di prevenzione lanciato da LILT ed Estée Lauder.

### **MONUMENTI ILLUMINATI DI ROSA IN MEMORIA DI EVELYN LAUDER**

Nel mese di ottobre, l'Italia, e il resto del mondo come ogni anno si tingheranno nuovamente di rosa, colore simbolo della lotta contro il tumore al seno.

L'edizione 2012 della Campagna Nastro Rosa, avrà quest'anno, un particolare significato poiché servirà anche a celebrare la vita e la testimonianza della Fondatrice del Breast Cancer Awareness Program (BCAP), Evelyn H. Lauder. La Campagna 2012 sarà infatti dedicata anche all'immenso coraggio di questa donna e al suo incrollabile impegno profuso per debellare il tumore al seno.

Nel 1992, quando migliaia di donne venivano colpite da questa malattia, della quale non si parlava ancora apertamente, la signora Lauder lanciò, per la prima volta, il programma di sensibilizzazione del Gruppo Estée Lauder Companies, per aumentare la consapevolezza su questa patologia, incoraggiare le donne a praticare un programma mirato sulla prevenzione al seno, e operando, al contempo, per raccogliere fondi a favore di questa missione.

Oggi, venti anni dopo, la Campagna Nastro Rosa continua a portare avanti la missione di Evelyn Lauder, incoraggiando e sensibilizzando tutte le donne a sconfiggere il tumore al seno.

E come tutti gli anni, nel resto del mondo, come in Italia, anche grazie al prezioso sostegno della LILT verranno illuminati di rosa moltissimi monumenti: una luce rosa che unirà idealmente la nostra Penisola dal Nord al Sud, con tanti edifici, statue, fontane, piazze 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!

Location famosissime e prestigiose nel mondo si accenderanno di luce rosa: 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), Palazzo Reale (Milano), il Campidoglio (Roma).

### **TANTI PRODOTTI DI BELLEZZA A SOSTEGNO DELLA LILT**

Anche quest'anno **Estée Lauder Companies** sosterrà l'attività degli ambulatori della LILT, contribuendo con le **vendite del mese di ottobre** di alcuni prodotti di bellezza: **siero antiage preventivo e riparativo Advanced Night Repair di ESTÉE LAUDER**, **Moisture Surge Intense di CLINIQUE**, prodotto che apporta la massima idratazione e sollievo immediati alla pelle disidratata, **profumo FREEDOM di Aramis and Designer Fragrances**,

nuova fragranza classica, sportiva e raffinata per l'uomo aperto alla vita, **La Mer** con **the Hand Treatment**, trattamento idratante ed emolliente per le mani, e **GoodSkin Labs Exten - 10 Instant Youth Boosting**, crema idratante antirughe.

**AVEDA** devolgerà, inoltre, un contributo alla **LILT** per ogni vendita di **Hand Relief**, ricca e idratante crema per le mani a base di emollienti vegetali. Anche **DARPHIN**, marchio del Gruppo, distribuito in farmacie selezionate, donerà un contributo per ogni confezione venduta in ottobre di **Hydraskin Serum**, siero dalla *texture* leggera che idrata a fondo la pelle. I fondi raccolti serviranno a potenziare l'attività degli ambulatori della **LILT** per le visite e i controlli diagnostici.

□ **SWAROVSKI "PINK HOPE"**

Per l'occasione e per il secondo anno consecutivo, Swarovski **ha creato la scintillante collezione "Pink Hope"**, disponibile nei punti vendita ad Ottobre, tra cui spiccano un charm e una spilla a forma di fiocchetto rosa, simbolo della Campagna Nastro Rosa, oltre che scintillanti pendenti, bracciale, accessori ed oggetti decorativi a tema.

Parte del ricavato delle vendite sarà devoluta alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, a **sostegno della Campagna Nastro Rosa**, per la prevenzione del tumore del seno.

"Siamo molto lieti di sostenere anche quest'anno la **Campagna Nastro Rosa** per la **prevenzione del tumore al seno**, afferma **Michele Molon**, Direttore Swarovski Italia della divisione **CGB (Consumer Goods Business)**, che ci vede **partner della Lilt** - associazione che opera da anni in prima linea su questa problematica -".

*Swarovski "Pink Hope" e Lilt: una Speranza tutta Rosa che riflette la grazia e la femminilità a supporto delle donne.*