



## Ottobre mese della prevenzione: tutte le iniziative beauty



Minko Chernev / EyeEm

Ottobre è il mese internazionale della prevenzione dei tumori al seno: ecco le iniziative beauty con cui sostenere la ricerca

Ottobre è il mese della prevenzione dei tumori al seno. Non solo: il 19 ottobre, su iniziativa dell'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità), si celebra in tutto il mondo la **Giornata internazionale contro il cancro al seno**, con l'obiettivo di sensibilizzare la popolazione sulla malattia, e promuovere l'accesso a diagnosi, controlli e cure tempestive ed efficaci.

I numeri del cancro in Italia nel 2021 confermano che il **carcinoma mammario** è la **neoplasia più diagnosticata nelle donne**, in cui circa un tumore maligno ogni tre (30%) è un tumore mammario. Secondo i dati, in Italia sono state stimate circa 55mila nuove diagnosi di carcinomi della mammella femminile nel 2020 e nel 2021 sono stati



stimati 12.500 decessi. Secondo i dati ISTAT nel 2018 il carcinoma mammario ha rappresentato, con 13.076 decessi, **la prima causa di morte per tumore nelle donne**. La sopravvivenza netta a 5 anni dalla diagnosi è dell'88%. La buona notizia: se **diagnosticato precocemente**, il cancro al seno è potenzialmente del tutto guaribile. Follow the Pink: l'iniziativa della Fondazione IEO-MONZINO

Torna **Follow the Pink**, l'iniziativa della Fondazione IEO-MONZINO dedicata alle donne. La campagna solidale, giunta alla sua terza edizione, è promossa in occasione dell'ottobre rosa, il mese della prevenzione dei tumori femminili, e nasce per sensibilizzare tutte e tutti sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce e per sostenere **la Ricerca dell'Istituto Europeo di Oncologia**.

Grazie all'impegno e alla sensibilità delle aziende e delle realtà che hanno aderito a *Follow the Pink* (qui trovate tutti i prodotti in vendita per la raccolta fondi <https://www.fondazioneieomonzino.it/news/follow-the-pink-le-iniziative-della-terza-edizione/>), prende il via un'importante raccolta fondi a supporto della **Fondazione IEO-MONZINO** che andrà a sostenere nello specifico il lavoro della giovane ricercatrice **Giulia Robusti** dell'Unità di Proteomica e regolazione dell'espressione genica in cancro diretta dalla **Dott.ssa Tiziana Bonaldi** del Dipartimento di Oncologia Sperimentale IEO.

Lo studio è focalizzato sull'**analisi molecolare** di campioni clinici di tumore al seno, con una particolare attenzione al sottotipo **Triplo Negativo**, per il quale al momento non sono disponibili né marcatori specifici, né terapie mirate. Ed è proprio grazie a iniziative come questa campagna che i ricercatori IEO possono portare avanti studi fondamentali con lo scopo di dare una svolta nella cura delle malattie oncologiche.

Il nastro rosa AIRC compie 30 anni

Sono passati trent'anni dalla prima **Breast Cancer Campaign**, la campagna contro il tumore al seno ideata da Evelyn H. Lauder, simboleggiata dal nastro rosa e promossa da **The**

**Estée Lauder Companies**, di cui Fondazione AIRC è partner ufficiale in Italia. Ogni anno più di

70 Paesi si mobilitano nel mese di ottobre con l'obiettivo di rendere il tumore al seno sempre più

**curabile**, sensibilizzando sull'importanza della prevenzione e raccogliendo fondi per la ricerca.

Madrina della campagna in Italia è Roberta Capua.

Quest'anno la campagna prenderà il via con l'illuminazione in rosa del Maschio Angioino di

Napoli, realizzata grazie a **The Estée Lauder Companies Italia**, che per prima nel 1992 ebbe

l'idea di rendere visibile l'impegno contro il tumore al seno attraverso questo gesto così simbolico. Seguiranno centinaia di monumenti e palazzi comunali, grazie al patrocinio di Anci

– Associazione Nazionale Comuni Italiani.

Le visite senologiche gratuite in tutta Italia negli ambulatori LILT aderenti



Chiari gli obiettivi LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori): **abbassamento dell'età dello screening** e coinvolgimento attivo delle scuole per insegnare l'autopalpazione alle giovani donne, questi gli obiettivi della LILT per conquistare la mortalità zero per tumore al seno.

Come ogni anno, in occasione del *mese rosa* la Sede Centrale e le Associazioni Provinciali LILT offriranno **visite senologiche gratuite** negli ambulatori attivi su tutto il territorio nazionale, prenotando al **numero verde 800- 998877**, e distribuiranno materiale informativo e illustrativo volto a responsabilizzare su questa problematica che colpisce sempre più donne nel nostro Paese e che registra un aumento dell'incidenza anche nella fascia di età **30/35 anni** oltre a un'importante percentuale di mortalità tra le donne al di sotto dei 50 anni.

L'iniziativa di Frecciarosa 2022: le visite gratuite sono sul treno

Per tutto il mese di ottobre, **dal lunedì al venerdì**, sarà possibile effettuare **visite e consulenze gratuite** con medici specialisti a bordo di Frecce, Intercity, Regionali e nei FRECCIALounge di Roma Termini e Milano Centrale. Inoltre, volontari della Fondazione IncontraDonna saranno a disposizione per offrire consigli e testimonianze dirette e per distribuire i Vademecum della Salute. Per verificare date, orari e treni coinvolti nella campagna consulta **frecciarosa.it** nel "Calendario treni e FrecciaLounge". Nell'ambito del programma Frecciarosa, MIAMO - brand di cosmetici funzionali creato nel 2012 - ha organizzato un intervento speciale. Presso la sessione che è prevista a Roma, verrà offerto un servizio di analisi della pelle con l'avanzatissimo macchinario MIAMO SKIN ANALYSER, in grado di rilevare rapidamente una vasta gamma di problematiche cutanee superficiali e profonde. Con tale servizio, che avrà luogo in data da definirsi, Miamo metterà la sua preziosa expertise nello skincare al servizio del benessere personale e della salute.

SHOPPING4GOOD di QVC

**Nel mese di ottobre, a partire dal 4** ordinando sulle piattaforme multimediali di QVC Italia una serie di prodotti esclusivi messi a disposizione dai prestigiosi brand che supportano l'iniziativa, o aggiungendo una donazione di 1 o 5 euro si potrà contribuire alla raccolta fondi: il 100% di tutti questi acquisti e donazioni sarà devoluto a *Pink is good*. A chi effettuerà una donazione verranno spedite una serie di cartoline (disponibili singolarmente o in kit da 5 esemplari) contenenti una lista di consigli per una vita all'insegna della salute e della prevenzione e i ritratti delle testimonial della campagna accompagnati **dal messaggio "Io non sono il mio tumore"**. Qui tutti i brand e prodotti: <https://www.qvc.it/shopping4good.html>

*Qui sotto tante altre importanti iniziative da seguire durante il Pink Month per sostenere la ricerca*

*Leggete anche:*

Fertility diaries: la storia toccante di una donna che diventerà mamma dopo aver sconfitto il tumore al seno

4 donne sopravvissute al tumore al seno ci raccontano come hanno imparato ad accettare le cicatrici della mastectomia





L'Erborario

Dal 1 al 7 ottobre 2022, per ogni prodotto della linea Acido Ialuronico acquistato online e nei

Negozi a insegna, L'Erborario donerà 2 euro a sostegno della prevenzione del tumore al seno e a supporto delle donne colpite.



ghd

ghd sostiene da 18 anni le associazioni di beneficenza impegnate nella lotta contro il tumore al seno, raccogliendo fino ad oggi oltre 22 milioni di dollari globalmente. Da due anni, portiamo avanti un messaggio importantissimo di sensibilizzazione per le giovani donne di tutto mondo: effettuare regolarmente l'autopalpazione può salvarti la vita. Come evoluzione della campagna di successo del 2021, anche la collezione 2022 presenta il

messaggio della campagna TAKE CONTROL NOW sugli strumenti di styling in edizione limitata, fornendo alle donne un promemoria per ricordare loro di impegnarsi ad effettuare l'autopalpazione OGNI. SINGOLO. MESE. La collezione è composta dall'asciugacapelli professionale ghd helios™, dalla piastra ghd platinum+™, la piastra ghd gold® e per la prima volta ghd glide hot brush.



## LPG

Per il prossimo “Ottobre, Mese Internazionale della Prevenzione dei Tumori del Seno”, LPG® prosegue nel suo impegno a favore delle donne colpite dal cancro al seno con due prodotti in Limited Edition: SÉRUM LISSANT HYDRATATION INTENSE e BOOSTER DE VITALITÉ. Per ogni prodotto venduto, LPG® donerà 1€ all’Associazione Susan G. Komen Italia, un’organizzazione attiva su tutto il territorio nazionale e basata sul volontariato, in prima linea nella lotta ai tumori del seno.



## Aldo Coppola

La Pink Line Limited Edition Aldo Coppola è una linea di prodotti haircare dedicata alla cura di cute e capelli che nasce dal connubio di natura e tecnologia. Sul packaging del prodotto abbiamo posto un QR code che darà la possibilità di accedere ad una landing page che illustra l’iniziativa Aldo Coppola Pink Line per LILT. Il brand sarà sponsor della prima tappa dello Spazio LILT Mobile a Milano, un ambulatorio mobile su due ruote che rende la prevenzione itinerante e capillare, dando la possibilità di usufruire gratuitamente di una visita senologica a centinaia di donne nel mese di Ottobre.



## Hairmed

Anche quest’anno HAIRMED si schiera al fianco di Fondazione Umberto Veronesi a sostegno del progetto *Pink is good* per dare un contributo concreto alla raccolta a sostegno della ricerca scientifica e per promuovere l’importanza della prevenzione e la cura dei tumori femminili. L’iconico fiocco rosa diventa il simbolo di un progetto benefico che unisce HAIRMED e Fondazione Umberto

Veronesi. La HAIRMED PINK BOX in edizione limitata creata appositamente per il progetto *Pink is good* sarà disponibile a partire dal mese di luglio al 31 Ottobre 2022 in vendita sull'e-commerce del brand [www.hairmed.it](http://www.hairmed.it), nei saloni partner e sulle piattaforme digitali che aderiranno all’iniziativa e l’azienda donerà 10€ per ogni box venduta.



#### Avon

AVON ha lanciato il 2 settembre 2022 "30K PASSI PER LA SOLIDARIETA'", un'iniziativa charity che invita tutte le persone ad acquistare - su avon.it o dalla propria consulente di fiducia - il cappellino della solidarietà al costo di 9 euro, realizzato con i colori iconici di Avon. La *call to action* sarà quella di indossare il cappellino della solidarietà per intraprendere una corsa o una camminata benefica con l'obiettivo di arrivare a 30mila passi nei mesi di settembre e ottobre: da soli, in gruppo, con gli amici o la famiglia, nei giorni e negli orari in cui si vorrà. I partecipanti saranno chiamati a postare su propri profili social la propria foto indossando il cappellino, utilizzando gli hashtag #Avon30KPassi e #BellezzaAModoTuo e #NormalePerMe, facendo leva sulla campagna globale di Avon legata al mese della prevenzione che invita ogni donna a imparare a conoscere la propria normalità.





### Natura Bissé

Torna l'appuntamento con il compleanno di Natura Bissé, celebrato sotto l'insegna di Beauty Lovers Day, il Giorno dedicato agli Amanti della Bellezza. Anche quest'anno il marchio spagnolo di luxury skincare decide di festeggiarlo in occasione del Mese della Prevenzione del Tumore al Seno con una campagna in collaborazione con Salute allo Specchio ONLUS di Ospedale San Raffaele di Milano, una delle realtà più attive del panorama italiano nel campo dell'assistenza alle pazienti oncologiche. Quest'anno, gli amanti del marchio potranno regalarsi l'iconico Inhibit Retinol Eye Lift nel formato speciale da 25 ml (anziché da 15ml) venduto al prezzo del formato da 15ml. Inoltre, all'acquisto verrà abbinato in omaggio un esclusivo Detox Kit, formato da un Eye Pillow con semi di lavanda da utilizzare caldo o freddo, e un Formato Deluxe della Maschera Diamond Ice Lift da 15ml. Il vero regalo sarà, però, poter contribuire con questo acquisto a supportare l'attività di Salute allo Specchio dell'Ospedale San Raffaele di Milano, a cui saranno donati 5€ per ogni referenza venduta.

