

A OTTOBRE PARTE LA XVIII EDIZIONE DELLA CAMPAGNA NASTRO ROSA

FEDERICA PELLEGRINI E' LA TESTIMONIAL 2011

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

Sarà Federica Pellegrini, campionessa mondiale di nuoto ed attuale detentrica del record del mondo di stile libero, la testimonial dell'edizione 2011 della **Campagna Nastro Rosa**, dedicata alla **prevenzione del tumore al seno e giunta alla XVIII edizione in Italia**. 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 un'incidenza sempre maggiore.

La **Campagna Nastro Rosa**, ideata nel 1989 negli Stati Uniti da Evelyn Lauder e promossa in 90 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**.

IL TUMORE AL SENO E L'IMPORTANZA DELLA DIAGNOSI PRECOCE

Sebbene negli ultimi anni si sia registrata una costante riduzione della mortalità, il tumore al seno è ancora il più frequente della popolazione femminile. La sua incidenza è in costante crescita, anche nel nostro Paese, tanto che si prevede verranno diagnosticati, in quest'anno, oltre 41.000 nuovi casi. Tra le cause, l'allungamento dell'età media della popolazione femminile e l'aumento dei fattori di rischio. Vincere 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 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.nastrorosa.it o www.lilt.it dove saranno pubblicati anche gli eventi organizzati nelle varie città italiane nel mese di ottobre.

L'EDIZIONE 2011

□ MONUMENTI ILLUMINATI DI ROSA IN ITALIA E IN TUTTO IL MONDO

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

Nell'edizione Nastro Rosa 2010, la sig.ra **Evelyn Lauder**, fondatrice nel 1989 della **Campagna**, è entrata nel **Guinness dei Primati in una nuova categoria per il "maggior numero di monumenti illuminati per una buona causa nelle 24 ore dei fusi mondiali"**.

Dagli Stati Uniti a Hong Kong, dall'Austria all'India, dalla Francia all'Australia, dal Medio Oriente al Giappone, dal Messico ad Israele, dalla Grecia all'Olanda, **38 sono stati i monumenti illuminati, lo scorso ottobre, in occasione della Campagna che hanno permesso il raggiungimento di questo primato** secondo i canoni stabiliti dal Guinness dei Primati. Anche l'Italia - grazie al prezioso sostegno della Sezione LILT di Firenze è stata determinante ed ha contribuito illuminando di rosa la Fontana del Nettuno (meglio nota come il "Biancone").

Una luce rosa, dunque, unirà anche quest'anno 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 (Shangai, Cina), la Torre di Tokyo (Tokyo, Giappone), l'Arena di Amsterdam (Amsterdam, Olanda).

□ IL BRACCIALETTO NASTRO ROSA

Presso tutte le profumerie Douglas sarà possibile accedere alla scatolaletta di raccolta fondi LILT e richiedere un esclusivo braccialetto da allacciare al polso a guisa di nastro rosa, ormai storico simbolo della Campagna. E' richiesto un contributo a partire da **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 **26 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, Clinique e Darphin** 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 e Clinique de "La Rinascente" e "Coin" di molte città, così come presso molte farmacie distributrici del marchio Darphin (in ottobre elenchi esatti sul sito), per usufruire di una seduta di bellezza gratuita, trattamenti o make up, ad opera di visagisti professionisti.**

□ 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, siero antimacchie Even Better Clinical di CLINIQUE, profumo CALIX di Aramis&Designer Fragrances**, fragranza femminile fruttata e floreale.

AVEDA donerà, inoltre, il corrispettivo in euro di 2 \$ 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 il 10% su ogni confezione venduta in ottobre di **Baume Nettoyant Aromatique au Bois De Rose**, detergente per il viso aromatico al legno di rosa. I fondi raccolti serviranno a potenziare l'attività degli ambulatori della **LILT**, in cui già si effettuano ogni anno **oltre 500 mila** visite e controlli diagnostici. Sostenitori della Campagna anche **La Mer con il Lip Balm**, trattamento idratante ed emolliente per le labbra.

□ **COLLEZIONE ROSA DI BORSE DA VIAGGIO TUMI**

Tumi, il marchio leader a livello internazionale nel settore viaggio, affari e lifestyle sostiene anche quest'anno la Campagna Nastro Rosa per la lotta contro il tumore al seno. Durante il mese di ottobre su una selezione di modelli e accessori femminili tutti *in rosa* - tra cui trolley, porta iPad, porta occhiali, luggage tag (etichetta per bagaglio) e trousse - il 20% del prezzo di vendita sarà devoluto alla Lilt per sostenere la ricerca scientifica.

□ **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 parte 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