

A OTTOBRE PARTE LA XXII EDIZIONE DELLA CAMPAGNA NASTRO ROSA

L'impegno a tutto campo di LILT ed ESTÉE LAUDER COMPANIES

Roma, 30 settembre 2014 - Parte a ottobre la **XXII edizione della Campagna Nastro Rosa** dedicata alla prevenzione del tumore al seno della **Legg Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT)** ed **Estée Lauder Companies**, società leader nei prodotti di bellezza di prestigio, ancora una volta insieme e in prima linea per vincere questa patologia tumorale, che purtroppo registra un'incidenza sempre maggiore. L'attrice **Nicoletta Romanoff** sarà la testimonial italiana di questa edizione 2014.

La Campagna Nastro Rosa, ideata negli Stati Uniti da Evelyn Lauder e promossa in oltre 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 sulle abitudini 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 registrando un incremento dovuto all'allungamento dell'età media della popolazione femminile e all'aumento dei fattori di rischio.

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 come metodo di vita e renderle sempre più protagoniste della tutela della propria salute.

“Da recenti dati e studi si stima – afferma il prof. Francesco Schittulli, senologo-chirurgo oncologo e Presidente Nazionale della LILT - che in Italia siano circa 46.000 i nuovi casi annui di carcinoma mammario. L'aumento dell'incidenza del tumore al seno è stata pari a circa il 14% negli ultimi sei anni e, in particolare, per le donne tra i 25 e i 44 anni l'incremento è stato del 29% circa”.

*“Le nuove tecnologie diagnostiche di imaging sempre più precise e sofisticate, insieme alla risonanza magnetica mammaria (RMM), consentono oggi di poter individuare lesioni millimetriche in fase iniziale, quando il grado di malignità e l'indice di aggressività del tumore sono bassi e il processo di metastatizzazione è pressoché nullo. Scoprendo un carcinoma al di sotto del centimetro, **la probabilità di guarire sale di oltre il 90%** e questo permette altresì di poter eseguire interventi conservativi, che non provocano sensibili danni estetici alla donna, a beneficio quindi dell'integrità del seno, simbolo della femminilità”.*

Risultati impensabili solo 30 anni fa quando il cancro al seno era considerato una malattia “incurabile”, con una percentuale di guarigione del 40-45%.

□ VISITE SENOLOGICHE

Durante il mese di ottobre i circa 400 Punti Prevenzione delle 106 Sezioni Provinciali LILT, saranno a disposizione per **visite senologiche e controlli diagnostici clinico-strumentali**.

Per conoscere giorni e orari di apertura dell'ambulatorio LILT più vicino, si può chiamare per informazioni il **numero verde SOS LILT 800-998877** o consultare i siti **www.lilt.it** o **www.nastrorosa.it**.

□ MONUMENTI ILLUMINATI DI ROSA

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

A Milano, mercoledì 1 ottobre la campagna sarà inaugurata con **l'illuminazione della guglia di UniCredit Tower**. **Domenica 5 Ottobre**, a partire dalle ore 20.00, **A Roma**, si celebrerà **l'illuminazione in rosa del Colosseo** che durante le notti di tutti i fine settimana del mese potrà essere ammirato in tutta la sua magnificenza. Ciò grazie ad un'importante sponsorizzazione da parte di ACEA s.p.a.

Inoltre nel mese di ottobre, verranno illuminati di rosa moltissimi altri monumenti: una luce rosa che unirà idealmente la nostra Penisola dal Nord al Sud, con tanti edifici, monumenti, 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 sono già state illuminate di rosa in questi anni: 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 Campidoglio (Roma) e il Quadrilatero della Moda (Milano).

□ IN ROSA LE VIE DELLO SHOPPING

Lo storico **Quadrilatero della Moda di Milano** - simbolo dello shopping di lusso - **si vestirà di rosa: sabato 4 ottobre**, per sostenere la lotta contro il tumore al seno, verrà infatti organizzata una giornata di shopping solidale, da LILT, Estée Lauder Companies e l'Associazione della Via Monte Napoleone. La moda, il design e le più prestigiose griffe italiane e internazionali, aderenti all'iniziativa, sosterranno così il messaggio di prevenzione del tumore al seno, devolvendo il **10% degli incassi** a favore della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.

□ I PRODOTTI DI BELLEZZA PIÙ INNOVATIVI A SOSTEGNO DELLA LILT

Anche quest'anno **Estée Lauder Companies** sosterrà l'attività degli ambulatori della LILT, devolvendo € 5,00 per ogni prodotto **venduto nel mese di ottobre** dei seguenti prodotti: **Advanced Night Repair di ESTÉE LAUDER**, siero riparatore dalla tecnologia innovativa, aiuta a ridurre visibilmente i segni del tempo e regala un aspetto più giovane, **Long Last Lipstick di CLINIQUE**, rossetto a lunga tenuta, idrata le labbra e le abbraccia con un colore puro e moderatamente luminoso, **The Hand Treatment di LA MER**, crema idratante che lenisce le mani al contatto, mentre agisce per rigenerare, proteggere ed alleviare anche le pelli più secche; **Pro LS All-in-one Face Treatment di LAB SERIES**, formula high-tech che lenisce e riduce all'istante arrossamenti e irritazioni da rasatura, lasciando la pelle idratata.

AVEDA donerà il corrispettivo in euro di 2 dollari alla LILT per ogni prodotto venduto di **Hand Relief with Shampure Aroma**, crema idratante per le mani, incredibilmente ricca, idrata la pelle secca e screpolata aiutando a ridurre i segni dell'invecchiamento e dando il massimo sollievo. Edizione limitata per la campagna Nastro Rosa con nuovo aroma di Shampure.

Anche **DARPHIN**, marchio del Gruppo, distribuito in farmacie selezionate, donerà il 10% per ogni confezione venduta in ottobre di **Intral Redness Relief Soothing Serum**, siero lenitivo anti rossore, che aiuta ad attenuare la sensazione di pelle irritata. Grazie al Calm Complex™, composto da Camomilla, Peonia e Biancospino, leviga e idrata la pelle del viso rendendola distesa e omogenea. I fondi raccolti serviranno a potenziare l'attività degli ambulatori della LILT per visite e controlli diagnostici.

PARTNER SOSTENITORI LILT

Ogni anno alla LILT si affiancano, per la Campagna Nastro Rosa, aziende "amiche" delle donne che, grazie alla loro sensibilità, sostengono le iniziative della LILT e veicolano sui loro canali e punti vendita il messaggio di prevenzione. Questa XXII Edizione vede la presenza di molteplici brand di prestigio, fra i quali: **FITNESS NESTLE, KIABI, PASQUALE BRUNI, PEUGEOT e YAMAMAY**.

Per ulteriori informazioni:

INC- Ufficio Stampa Campagna Nastro Rosa
Barbara Cimino – tel. 06.44.160.884 – 335.54.45.420

Ufficio Stampa LILT
Niccolò Patriarca – tel 06.44259758