



The Estée Lauder Companies Breast Cancer Campaign A sostegno di AIRC

30 anni di impegno. Uniti per combattere il tumore al seno.

Ottobre 2022: la Breast Cancer Campaign di The Estée Lauder Companies ritorna e celebra un grande traguardo: 30 anni di impegno e di risultati!

Ideata da Evelyn H. Lauder insieme all'iconico Nastro Rosa, la Campagna unisce e ispira le persone in tutto il mondo con l'obiettivo di sconfiggere questa malattia.

30 anni in Italia di cui 8 a sostegno di Fondazione AIRC.

Ambassador della campagna: **Roberta Capua**

Milano, luglio 2022 – Nel mese di **ottobre** ricorre l'importante appuntamento con la **Breast Cancer Campaign**, ideata **30 anni fa da Evelyn H. Lauder** e promossa da **The Estée Lauder Companies**. In **Italia**, anche quest'anno si rinnova la partnership con **Fondazione AIRC per la ricerca sul cancro**.

Grazie alla ricerca, dal 1992 a oggi la sopravvivenza a 5 anni dalla diagnosi in Italia è cresciuta dal 78 all'88%, un progresso che si traduce in migliaia di vite salvate, perché ogni anno nel nostro Paese il tumore al seno colpisce 55.000 donne, una su otto nell'arco della vita. Per questo è fondamentale continuare a sostenere la ricerca e fare prevenzione

(fonte: Fonte: AIOM e AIRTUM. I numeri del cancro in Italia 2015 e 2021).

Nella lotta contro il tumore al seno ogni attimo è indispensabile e il tempo assume un nuovo significato, è importante agire tempestivamente, divulgare e incrementare l'informazione e l'educazione su come prevenire e curare questa patologia. È il momento, per chi lo sta affrontando e per chi lo ha già affrontato, di vivere la propria vita in modo migliore e più sano.

Per tutti questi motivi il messaggio della Breast Cancer Campaign non poteva che essere più semplice: it's **#TimeToEndBreastCancer**

L'immagine della campagna 2022 riproduce il classico simbolo tradotto nel forte legame che la Company, ancora una volta, vuole dimostrare verso questa Campagna. Il tradizionale nastro si unisce e si trasforma in qualcosa di più creativo, fatto di creme, cere e polveri, l'essenza di quello che siamo e che fa parte del nostro DNA. Differenti textures, ma il significato e l'obiettivo restano identici: l'unione e la solidarietà per costruire un mondo libero dal tumore al seno.

L'avvio della Campagna sarà il **1 ottobre** mentre il **28 settembre accenderemo di rosa un'altra bellissima città italiana e uno dei suoi monumenti più rappresentativi:**

NAPOLI e il Maschio Angioino

*“La Breast Cancer Campaign impegna e coinvolge Estée Lauder Companies insieme ai suoi partner nella lotta contro il tumore al seno da ben 30 anni - dice **Federica Polinori, Amministratore Delegato e Direttore Generale di The Estée Lauder Companies Italia** -. Sono orgogliosa di ridare voce, ancora una volta, ad un messaggio così importante, affiancando e sostenendo AIRC che è una eccellenza italiana nella ricerca sul cancro e che, come noi, persegue l'obiettivo ambizioso di regalare a ogni donna un mondo finalmente libero dal tumore al seno. Questo stesso proposito se lo pose Evelyn H. Lauder nel 1992, quando ideò il nastro rosa, oggi simbolo universale della lotta contro il tumore al seno”.*

*“Quest'anno si celebrano i 30 anni della Breast Cancer Campaign: 30 anni di lavoro dei ricercatori e di sensibilizzazione sul tumore al seno per ricordare l'importanza della prevenzione” . Ricorda **Daniele Finocchiaro, Consigliere Delegato di Fondazione AIRC per la ricerca sul cancro**. “Fondazione AIRC è il primo finanziatore privato della ricerca oncologica in Italia: grazie ai nostri sostenitori e al contributo fondamentale di partner come The Estée Lauder Companies Italia, diamo forza e continuità al lavoro di ricercatrici e ricercatori impegnati contro il cancro al seno, a cui solo nel 2022 abbiamo destinato 15 milioni di euro per 161 progetti di ricerca e borse di studio in questo ambito”.*

Madrina della Breast Cancer Campaign 2022 è la conduttrice televisiva e testimonial AIRC **Roberta Capua**: *“30 anni fa muovevo i miei primi passi nel mondo della tv, sono tanti i momenti belli di quel periodo. Ricordo però che sui media non si parlava mai di tumore, una parola che faceva paura. Se oggi le cose sono cambiate credo sia merito anche di Evelyn Lauder che nel 1992 ha ideato il Nastro Rosa, un vero e proprio simbolo universale che ha contribuito a tenere alta l'attenzione sul tumore al seno. Sono orgogliosa di essere la madrina italiana della Breast Cancer Campaign che da 8 anni vede The Estée Lauder Companies Italia al fianco di Fondazione AIRC per la ricerca sul cancro. Se oggi quasi il 90% delle donne è viva a 5 anni dalla diagnosi lo dobbiamo alla ricerca, ma questo risultato non può bastare, noi vogliamo curare tutte le donne!”.*

The Estée Lauder Companies Italia da otto anni contribuisce concretamente alla ricerca di AIRC in questo ambito e attualmente sostiene tre borse di studio triennali per giovani ricercatori impegnati contro il tumore al seno, come Sara La Manna dell'Università degli Studi di Napoli Federico II e Leonardo Barzaghi dell'IFOM di Milano.

Il Gruppo The Estée Lauder Companies a sostegno della ricerca sul cancro

Nel 1992 troppe donne morivano di tumore al seno ed erano ancora in pochi a parlarne: Evelyn H. Lauder ebbe la straordinaria intuizione di creare un simbolo, il Nastro Rosa, da indossare con orgoglio per aumentare conoscenza e consapevolezza e per contribuire a sostenere la ricerca scientifica e la formazione medica contro questa patologia.

In questi anni, la sua intuizione è diventata una mobilitazione mondiale che ha fatto del Nastro Rosa il simbolo della salute del seno e che ogni anno, nel mese di ottobre, riunisce le filiali di The Estée Lauder Companies in **più di 70 Paesi** con l'obiettivo di rendere il **tumore al seno curabile al 100%**. L'impegno dei sostenitori della Campagna è stato fondamentale per ottenere progressi nella ricerca scientifica e ha arricchito la speranza non solo nelle pazienti ma anche nei milioni di persone annualmente coinvolte, anche indirettamente, in una diagnosi di tumore al seno.

In 30 anni, durante la Breast Cancer Campaign, The Estée Lauder Companies ha distribuito quasi 180 milioni di Nastri Rosa, ha raccolto oltre 99 milioni di dollari - interamente investiti nella ricerca, nella formazione e nell'assistenza medica – sostenendo più di 60 organizzazioni impegnate nella lotta contro il tumore al seno e ha mobilitato circa 50.000 dipendenti in tutto il mondo.

The Estée Lauder Companies Italia sosterrà inoltre l'attività della Fondazione AIRC devolvendo 5 euro - per ognuno dei seguenti prodotti venduti nel mese di ottobre, fino al raggiungimento del valore massimo e complessivo di €90.000,00 (Euro-novantamila/00):

AVEDA Limited Edition Hand Relief™ Moisturizing Creme con aroma Shampure™

Una crema ricca che idrata intensamente le mani secche, lasciandole notevolmente più morbide e lisce, di derivazione naturale al 95%¹. L'olio di Andiroba e altri idratanti vegetali aiutano ad infondere nutrimento alla pelle per mani idratate e morbide. Contiene l'aroma Shampure™, calmante e riequilibrante, composto da 25 essenze di fiori e piante pure, e il packaging è realizzato al 59% in plastica post consumo e contiene almeno il 41% di bioplastica². Questa Limited Edition della Hand Relief™ Moisturizing Crème è prodotta utilizzando energia al 100% rinnovabile nella struttura manifatturiera primaria di Aveda³.

¹ Da piante, acqua o minerali non derivati da petrolio, secondo gli standard ISO

² La bioplastica è al 96% di derivazione naturale e al 4% petrolchimica.

³ Un impianto solare da 900kW nella struttura manifatturiera primaria di Aveda genera fino al 50% dell'energia necessaria per la produzione. Il rimanente fabbisogno di energia è coperto da energia eolica e compensazioni delle emissioni di carbonio.

Prezzo al pubblico consigliato: €25,00 (100ml)

ESTEE LAUDER Advanced Night Repair Synchronized Multi-Recovery Complex

Con la nuova rivoluzionaria tecnologia Chronolux™ Power Signal, ispirata alla scienza dell'epigenetica, il nuovo siero Advanced Night Repair supporta la riparazione naturale della pelle in modo più efficace e aiuta ad aumentare la sua naturale capacità di rinnovamento di nuove cellule e la produzione di collagene, rendendola più compatta. Advanced Night Repair si assorbe rapidamente e agisce per ridurre l'aspetto di molteplici segni dell'invecchiamento, aiutando a proteggere la pelle dalle aggressioni ambientali. Dopo un'applicazione, la pelle appare radiosa e idratata; dopo appena tre settimane le linee appaiono ridotte e dopo un flacone la pelle appare più compatta e luminosa, più giovane, con una nuova vitalità.

Prezzo al pubblico consigliato: € 135,00 (50ml)

LA MER Crème de la Mer Moisturizing Cream Decorated Limited Edition

Prodotto di culto, perfezionato dal Dr. Max Huber, dopo 12 anni e 6.000 esperimenti. La meticolosa selezione degli ingredienti e l'intenso processo di bio-fermentazione costituiscono il cuore del Brand e sono ancora oggi tra i segreti più custoditi nell'industria della bellezza. Il Miracle Broth™, un potente mix di preziosi ingredienti di origine marina, è l'anima delle iconiche e ambite formule di La Mer. Dal potere trasformativo, idratante, nutriente e rigenerante, aiuta a stimolare la naturale energia della pelle, donandole un aspetto più sano e radioso.

Prezzo al pubblico consigliato: € 95,00 (15ml)

CLINIQUE Moisture Surge Decorated Limited Edition

Moisture Surge 100H in un packaging in edizione limitata per il mese dedicato alla lotta al tumore al seno. Questa crema-gel idratante oil-free con biofermento di aloe + HA Complex penetra in profondità fino a 10 strati, per 100 ore di idratazione costante. Inoltre, grazie alla tecnologia Auto-Replenishing, aiuta la pelle a creare la propria fonte d'idratazione interna per reidratarsi continuamente, trattenendo l'idratazione. La pelle appare idratata e lenita in 3 secondi, con un aspetto luminoso.

Prezzo al pubblico consigliato: € 38,50 (50ml)

DARPHIN Intral Inner Youth Serum

Intral Inner Youth Rescue Serum ristabilisce l'equilibrio della pelle oggi, per preservarla giovane domani. La nuova formula migliorata con sostanze botaniche potenziate associate a una scienza avanzata offre risultati rapidamente visibili. Prevenendo e correggendo la sensibilità visibile e invisibile in tutte le fasi, Intral Inner Youth Rescue Serum riduce le irritazioni, incluso il rossore, e aiuta a preservare una pelle dall'aspetto giovane, più resiliente e sana. Nel mese della consapevolezza e della prevenzione del tumore al seno in uno speciale formato da 75ml.

Prezzo al pubblico consigliato: 120,00€ (75ml)

BOBBI BROWN - Proud to be Pink - Crushed Oil-Infused Gloss Duo

Un duo di lucidalabbra infusi con una miscela di oli botanici ricchi di sostanze nutrienti per assicurare alle labbra massimo comfort e lucentezza ad alto impatto; ciascuno avvolto in un packaging rosa acceso in edizione limitata in onore del mese dedicato alla consapevolezza e alla prevenzione del tumore al seno.

Ogni Proud to be Pink - Crushed Oil-Infused Gloss Duo include:

* Crushed Oil-Infused Gloss tonalità "Bellini";

* Crushed Oil-Infused Gloss tonalità "Free Spirit".

Prezzo al pubblico consigliato €37,00.

ORIGINS Ginger Souffle™ Whipped Body Cream

Coccolati con un gesto d'amore — con questa versione Limited Edition, in formato maxi, della Ginger Souffle™ Whipped Body Cream. Per un momento di self care che fa anche del bene, questa crema corpo supporta la Breast Cancer Campaign di Estée Lauder Companies, per un mondo libero dal tumore al seno. Regalati piacere e benessere quotidiano utilizzando questa crema idratante e

nutriente che rende la pelle morbida e vellutata, oltre a rinvigorire i sensi con il suo aroma di zenzero, caldo e distintivo.

Prezzo al pubblico consigliato €41,00 (350ml)

La raccolta fondi sarà accompagnata da un'intensa attività di comunicazione e sensibilizzazione: nel mese di ottobre The Estée Lauder Companies Italia e AIRC diffonderanno contenuti informativi e di ispirazione che possono fare la differenza nella lotta al tumore al seno, sui mezzi di comunicazione tradizionali, web e social.

Per seguire la campagna sui social network: *#TimeToEndBreastCancer #NastroRosaAIRC*

 Web: ELCompanies.com/BreastCancerCampaign - nastrorosa.it - bccampaign.it



Facebook: esteelaudercompanies - AIRC.it



Instagram: esteelaudercompanies - airc.it



Twitter: esteelaudercompanies - AIRC_it

About The Estée Lauder Companies Inc.

The Estée Lauder Companies Inc. è uno di principali produttori e distributori mondiali di prodotti skincare, makeup, fragranze e hair care di elevata qualità e prestigio. I prodotti della Company sono venduti in circa 150 Paesi e territori con i seguenti marchi: Estée Lauder, Aramis, Clinique, Lab Series, Origins, M·A·C, La Mer, Bobbi Brown, Aveda, Jo Malone London, Bumble and bumble, Darphin Paris, TOM FORD BEAUTY, Smashbox, AERIN Beauty, Le Labo, Editions de Parfums Frédéric Malle, GLAMGLOW, KILIAN PARIS, Too Faced, Dr.Jart+ e il gruppo DECIEM inclusi The Ordinary e NIOD.

AIRC | Dal 1965 con coraggio, contro il cancro Fondazione AIRC per la ricerca sul cancro sostiene progetti scientifici innovativi grazie a una raccolta fondi trasparente e costante, diffonde l'informazione scientifica, promuove la cultura della prevenzione nelle case, nelle piazze e nelle scuole. Conta su 4 milioni e mezzo di sostenitori, 20mila volontari e 17 comitati regionali che garantiscono a oltre 5.000 ricercatori - 62% donne e 55% 'under 40' - le risorse necessarie per portare nel più breve tempo possibile i risultati dal laboratorio al paziente. In 55 anni di impegno AIRC ha distribuito oltre 1 miliardo e settecento milioni di euro per il finanziamento della ricerca oncologica (dati aggiornati al 10 gennaio 2022). Informazioni e approfondimenti su airc.it.

Per ulteriori informazioni:

Denise Fraccaro – tel. 346 2694040 – email dfraccaro@it.estee.com

Giulia Perani – tel. 02 7797284 – email giulia.perani@airc.it