



1 Le borse moda 2021 under 260 euro



2 "Il ritratto è un atto di seduzione" Gastel



3 Gonne Longuette // Nuove Borghesi



4 Una bambina e un gioco da tenere segreto

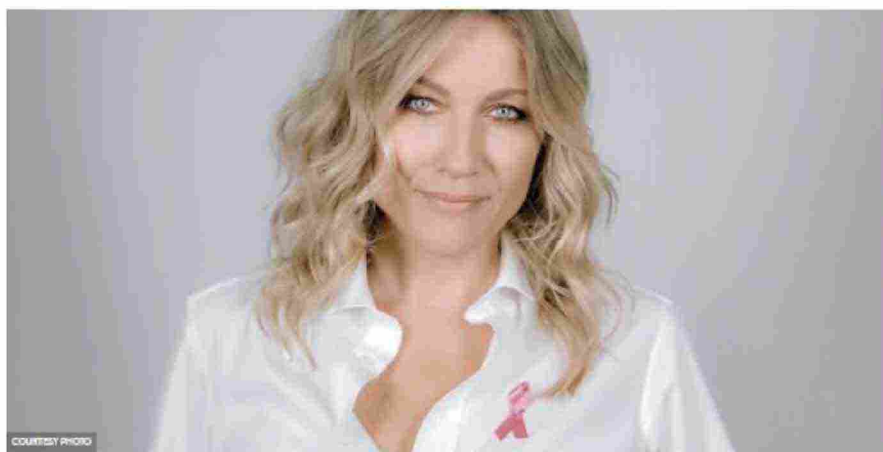


5 «Sono stata da una denaroterapeuta»

I prodotti beauty che aiutano la ricerca contro il tumore al seno

Lo shopping (di ottobre) rosa dal siero Advanced Night Repair di Estée Lauder alla collezione TakeControlNow di ghd.

mc Di [Vanessa Perilli](#) 29/09/2020



Ci sono tre modi per combattere il **tumore al seno** che in Italia colpisce 53mila donne ogni anno: attraverso la ricerca scientifica, la prevenzione e l'informazione. E sono proprio queste tre armi a essere protagoniste del mese rosa - ottobre - dedicato alle campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi per combattere il cancro mammario. Tra i beauty brand aderenti di quest'anno ricordiamo Estée Lauder Companies che per la 28ma volta rinnova la partnership con **Fondazione AIRC** per la ricerca sul cancro appoggiando la *Breast Cancer Campaign*; ghd e Repêchage che sostengono **Pink is good**, il progetto di Fondazione Umberto Veronesi; Vidermina, brand parte di Istituto Ganassini, che continua a sostenere **Komen Italia** per la *Race For The Cure 2020* e **LPG** che aiuta l'Associazione **Rose Up**.



Courtesy Photo

1. Natasha Stefanenko per Breast Cancer di The Estée Lauder Companies Italia

Ambassador dell'edizione 2020 è **Natasha Stefanenko**, già sostenitrice della **Breast Cancer Campaign** nelle edizioni passate: "È per me ragione di grande orgoglio essere il volto ufficiale della Campagna Breast Cancer di The Estée Lauder Companies Italia che, anche quest'anno per la sesta volta, ha scelto di combattere questa battaglia insieme ad AIRC", spiega Natasha. "Sono fiera di indossare questo nastro rosa e ricordare a tutte le donne (ma anche agli uomini) l'importanza della prevenzione e della ricerca per rendere il tumore al seno una malattia curabile". La campagna che quest'anno lancia il messaggio **#TimeToEndBreastCancer** partirà in Italia il 5 ottobre, con l'illuminazione in rosa del Teatro alla Scala di Milano.

2.

The Estée Lauder Companies Italia per AIRC



Courtesy Photo

Oltre a una forte campagna di comunicazione, **The Estée Lauder Companies Italia** sosterrà l'attività di AIRC devolvendo 5 euro per ognuno dei seguenti prodotti venduti nel mese di ottobre: Aveda BCC Hand Relief Moisturizing Creme with Cherry Almond Aroma (150 ml 31 euro), Clinique Dramatically Different Moisturizing Lotion+ (125 ml 53 euro), La Mer Crème de la Mer Moisturizing Cream (30 ml 160 euro), Estée Lauder Advanced Night Repair Synchronized Multi-Recovery Complex (50 ml 135 euro), Darphin Intral Redness Relief Soothing Serum (30 ml 64,50 euro) e GlamGlow BubbleSheet (1 applicazione 8,90 euro).



Ghd

3.

ghd per Pink is good di Fondazione Veronesi

Le protagoniste della nuova campagna sono 11 donne cui è stato diagnosticato un cancro al seno prima dei 35 anni. Il brand ha infatti collaborato con loro per celebrare 16 anni di sostegno a enti benefici che combattono il cancro al seno a livello globale. Ghd lancia la collezione TakeControlNow in edizione limitata per ricordare alle donne di tutto il mondo di donare un po' di tempo al loro seno davanti allo specchio e di autocontrollarsi ogni singolo mese. Per ogni vendita della collezione Take Control Now, ghd donerà fino a 10 euro a Pink is good, il progetto di Fondazione Umberto Veronesi. La collezione comprende styler ghdplatinum, ghgold e il nuovo asciugacapelli professionale ghdelios, disponibili in rosa cipria.

4.

Repechage per Pink is good di Fondazione Veronesi



Courtesy Photo

Nel mese di ottobre la vendita di una selezione di prodotti Repêchage della linea Hydra Dew, tra cui Hydra Dew Moisturizing Day Cream e lo Starter Kit, contribuirà a sostenere Pink is good, il progetto di Fondazione Umberto Veronesi dedicato ai tumori femminili, ossia seno, utero e ovaio. Dove? Su repechage.it/pink-is-good.

5.

Vidermina per Race For The Cure 2020

Instagram post from vidermina_ita (184 followers) featuring a promotional graphic for the 'Race For The Cure 2020' event. The graphic is split into a white top half and a pink bottom half. The word 'VIDERMINA' is written in large black letters at the top. Below it, the event title 'RACE FOR THE CURE' is written in white on a pink brushstroke background, with 'A DISTANZA' underneath. At the bottom of the graphic, the word 'SOSTIENE' is on the left and 'Live' is on the right, with a microphone icon above the 'i'. The website 'www.komen.it' is at the bottom left. The Instagram interface shows 24 likes and a comment input field.

Vidermina, brand parte di Istituto Ganassini, continua a sostenere Komen Italia per la Race For The Cure 2020, la più grande mobilitazione internazionale a sostegno della lotta ai tumori del seno organizzata da Komen Italia che si è tenuta da venerdì 25 a domenica 27 settembre. La corsa, con l'obiettivo condiviso di raccogliere fondi e sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della prevenzione del tumore al seno, si è svolta per la maggior parte in formato digitale, anche se dove è stato possibile sono state organizzate iniziative e incontri in presenza.

6.

LPG per Associazione Rose Up



Courtesy Photo

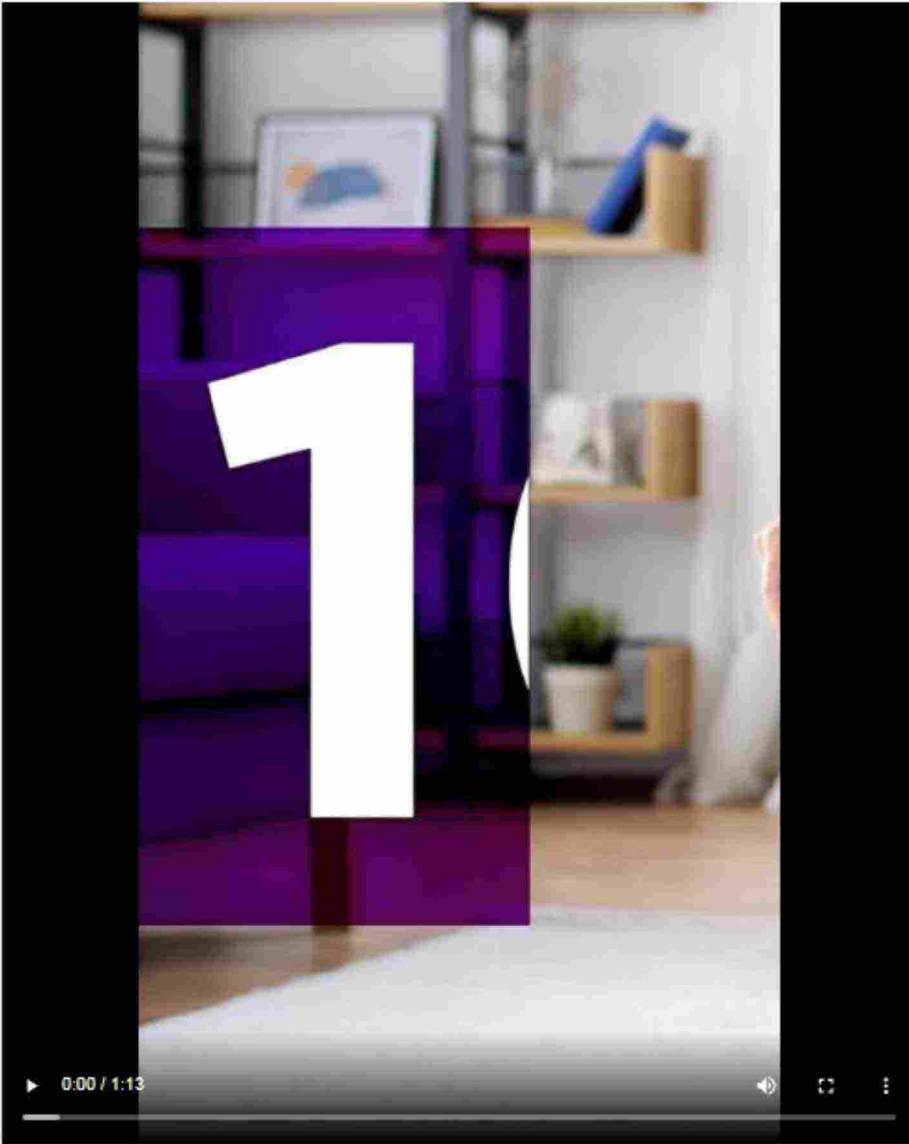
Supportata da un comitato di ricerca scientifica (Co.S.I.Re) **LPG** è coinvolta quotidianamente accanto a fisioterapisti e donne con carcinoma mammario per far sì che le donne colpite da questa malattia possano ricostruire delicatamente il tessuto cicatrizzato. Per il “mese rosa” **LPG** continua il suo impegno internazionale a favore delle donne colpite dal cancro al seno con due limited edition speciali: Thé Bien-Être Rose Litchi e Gel Lipo Réducteur. Per ogni prodotto venduto, **LPG** donerà 1 euro all'Associazione Rose Up, da sempre in prima linea per informare e difendere i diritti delle donne colpite dal cancro durante e dopo la malattia.

7.

Avon ed Europa Donna per (Un minuto) per saperne di più

avon.italia
Da IGTV · Follower: 169.4 mila

Visualizza il canale



0:00 / 1:13

Guarda su Instagram

Mi piace: 139

Aggiungi un commento...

Dal 28 settembre, in occasione del mese della prevenzione per il tumore al seno, Avon e parte del Gruppo Natura &Co presenta il progetto *(Un minuto) per saperne di più*, un percorso digitale di approfondimento alla lotta contro il tumore al seno, realizzato insieme a Europa Donna, Movimento internazionale per i diritti delle donne con tumore al seno. Il progetto parte dall'idea del Di Più, ovvero una conoscenza ancora più approfondita per le Avon

Ambassador che da anni supportano e sono informate sulla causa sociale sostenuta dall'azienda. Si tratta di un percorso digitale di otto video pillole di un minuto e infografiche con dati, raccomandazioni semplici ma precise che verranno pubblicati su tutti i tool digitali Avon tra cui avon.it, i social media del brand e sul portale di Europa Donna Italia europadonna.it.