

NOTIZIE DAL MONDO BEAUTY

## Belle (iniziative) e buone (azioni) Quando la solidarietà migliora la vita

di Loredana Ranni

### UN NASTRO D'ORO CI GUARIRÀ

L'Oréal Paris ha deciso di rinnovare il suo impegno con la Fondazione Umberto Veronesi. Questo significa che la maison sosterrà la "Campagna Nastro Oro", iniziativa d'informazione per la diagnosi precoce del tumore al seno. Nei punti vendita Ipercoop (fino al 7 maggio) e Coop Supermercati (dal 15 al 28 maggio), per ogni prodotto *L'Oréal Paris* acquistato saranno devoluti 50 centesimi alla Fondazione, che potrà così finanziare nuove borse di studio per medici senologi. In Italia la patologia colpisce 47mila donne ma, se individuata in tempo con esami diagnostici, può essere guarita nel 97/98 per cento dei casi.



### IN CORSA PER LA VITA

La casa dermocosmetica *BioNike* ha deciso di correre con Telethon a sostegno della ricerca sulle malattie genetiche rare, e fino a giugno, supporterà la raccolta fondi "Walk of life". Gare podistiche competitive e amatoriali, previste il 4 maggio a Napoli e Catania e l'8 giugno a Roma. Il ricavato delle iscrizioni sarà devoluto alla Fondazione Telethon e ogni partecipante riceverà in omaggio prodotti BioNike.



### E SE È UNA CREMA SI CHIAMERÀ "FUTURO"

È stato dato il nome di "Futuro senza confini" al miniset di bellezza che *Just Italia* (marchio specializzato nella distribuzione a domicilio di cosmetici naturali) ha creato per raccogliere fondi destinati a un'importante iniziativa. La trousse contiene tre creme (una lenitiva Crema Lavanda, Pedicream e Crema Tea Tree, per la pelle di tutta la famiglia) ed è venduta al costo complessivo di 18 euro: di questa cifra, una parte sarà devoluta al Progetto di Adroterapia della Fondazione Tera, eccellenza italiana e internazionale nella lotta contro il cancro. Obiettivo del progetto (per la cura dei tumori attraverso le applicazioni della fisica e dell'alta tecnologia) è la realizzazione di una macchina innovativa (per diagnostica e terapia) sviluppata con il Cern di Ginevra, il più grande laboratorio al mondo che studia la fisica delle particelle.

### PREVENZIONE GRATUITA. A BOCCA APERTA

Lo evidenziano gli ultimi dati Istat: la crisi ha fatto tagliare del 25 per cento le visite odontoiatriche fra gli italiani che dichiarano risorse economiche scarse o insufficienti. Come marchio promotore della prevenzione dentale, *Mentadent* ha allora deciso di istituire il "Club della prevenzione", che sino al 31 dicembre consentirà di usufruire di uno sconto fino al 50 per cento sul costo del trattamento (in base all'onorario medio rilevato da Altroconsumo) presso uno degli studi dentistici italiani aderenti all'iniziativa. Inoltre, ai Comuni di Milano e Roma saranno fornite 10mila card da distribuire a famiglie in difficoltà, per garantire il diritto alla necessaria assistenza odontoiatrica. Info: clubdellaprevenzione.it

