

# HOME & more



COMUNICATO STAMPA

OTTOBRE 2011 – CAMPAGNA NASTRO ROSA PER LA PREVENZIONE DEL TUMORE AL SENO.

## Il coltello Kyocera si tinge di rosa.

Kyocera Iishi Ba sostiene le attività di Prevenzione della  
Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.

Venezia, 27 Settembre 2011 - Home&More, azienda che distribuisce in Italia i coltelli in ceramica e gli utensili da cucina Kyocera Iishi Ba, continua a sostenere le attività di prevenzione della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.

Anche quest'anno, in occasione della Campagna Nastro Rosa per la prevenzione del tumore al seno, sarà possibile acquistare un coltello in edizione speciale dedicato all'iniziativa. Il manico del coltello infatti è rosa, codice colore della campagna. Parte del ricavato andrà a sostenere la LILT, che da sempre dispiega il suo impegno nell'area della Prevenzione: in particolar modo la prevenzione primaria (stili e abitudini di vita corretti) e quella secondaria (promozione di una cultura della diagnosi precoce, attraverso gli oltre 390 Spazi Prevenzione dislocati su tutto il territorio nazionale).

La scelta è stata naturale: le lame in ceramica Kyocera Iishi Ba mostrano la loro eccellenza insuperabile alla prova del taglio di frutta e verdura, senza lasciarvi nocivi ioni metallici. E sono proprio questi cibi che, grazie al loro potere antiossidante, rappresentano una vera e propria barriera al tumore.

Il coltello Kyocera Iishi Ba sarà disponibile presso le coltellerie e i negozi di articoli per la casa che aderiscono all'iniziativa. Prezzo indicativo: 60 euro.



*HOME&MORE è la divisione dedicata alla casa e al design di Sorma spa, azienda leader in Italia e in Europa nella commercializzazione di utensili diamantati e da taglio per i settori meccanico, della pietra e del vetro.*

*Obiettivo di Home&More è offrire al mercato prodotti funzionali e unici per qualità, ricercatezza dei materiali e un design vicino all'uomo. Con questa filosofia, oggi è il distributore italiano dei marchi KYOCERA ISHI BA, HANE BA, TOJIRO, DROSSELMEYER e RAVI: marchi ai vertici del mercato per affidabilità, tecnologia e innovazione.*

*Responsabile Comunicazione: Elena Galluzzi cell. 331.6871080- [elena.galluzzi@sorma.net](mailto:elena.galluzzi@sorma.net)*

*La LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI (LILT) è un Ente Pubblico su base associativa che opera sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e sotto la vigilanza del Ministero della Salute.*

*Opera senza fini di lucro e ha come compito istituzionale primario la prevenzione oncologica.*

*L'impegno della LILT nella lotta contro i tumori si dispiega principalmente su tre fronti: la prevenzione primaria (stili e abitudini di vita), quella secondaria (promozione di una cultura della diagnosi precoce) e l'attenzione verso il malato, la sua famiglia, la riabilitazione e il reinserimento sociale.*

*L'obiettivo della LILT è quello di costruire attorno al malato oncologico una rete di solidarietà, di sicurezza e di informazione.*

*In questo senso i punti di forza della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori sono rappresentati dagli oltre 390 Spazi Prevenzione dislocati su tutto il territorio nazionale e dalle migliaia di volontari al servizio della comunità. La LILT persegue le proprie finalità sul territorio nazionale attraverso 106 Sezioni Provinciali.*

*La CAMPAGNA NASTRO ROSA, ideata nel 1989 negli Stati Uniti da Evelyn Lauder, è stata successivamente esportata in tutto il mondo.*

*In Italia è da 17 anni il frutto di un'importante collaborazione tra Estée Lauder e la Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.*

*Gli oltre 390 ambulatori LILT sono a disposizione per visite senologiche per tutto il mese di Ottobre.*

*Per maggiori informazioni consultare il sito [www.lilt.it](http://www.lilt.it)*