



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE
ROND BORSTKANKER

Help kennis te verspreiden en steun medisch onderzoek.
Sluit je aan bij BCAcampaign.com #BCAstrength

DE BREAST CANCER AWARENESS- CAMPAGNE (BCA) VAN THE ESTÉE LAUDER COMPANIES BREIDT HAAR WERELDWIJDE OPROEP TOT ACTIE UIT.

***De Call-to-Action van de BCA-campagne 2014:
Luister naar onze verhalen. Deel de jouwe.***

De Breast Cancer Awareness-campagne (BCA) van The Estée Lauder Companies slaat dit jaar een nieuwe, gedurfde richting in met de oproep: ***“Luister naar onze verhalen. Deel de jouwe”***. Doel: een wereldwijde gemeenschap creëren die elkaar, door middel van digitale storytelling, steunt. De campagne, die overigens niet stopt na de oktober borstkankermaand maar het hele jaar doorloopt, is gebaseerd op het thema ***“Laten we samen de strijd tegen borstkanker aangaan! Samen staan we sterker.”*** De BCA-campagne 2014 komt tot leven via authentieke, inspirerende verhalen van dappere vrouwen en mannen die te maken hebben gehad met borstkanker, en de geliefden die hen in dit proces hebben gesteund. Wereldwijd worden mensen uitgenodigd om de website BCAcampaign.com te bezoeken om zowel deelgenoot te worden van deze indrukwekkende verhalen waaruit kracht kan worden geput, alsook om eigen ervaringen te delen en samen de strijd tegen borstkanker aan te gaan door te doneren aan de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF).

De BCA-campagne

Het hart van de BCA-campagne 2014 is een wereldwijde, interactieve digitale ervaring die tot leven komt via de website BCAcampaign.com en via Facebook, Twitter, YouTube en Instagram @BCAcampaign. Naast de initiële verhalen - die bedoeld zijn om anderen te motiveren om hun verhaal te delen -, toont de website ook dagelijks ‘eigen’ verhalen die via social media zijn gedeeld; dit door middel van het toevoegen van de hashtag #BCAstrength. Kortom, voeg de hashtag toe en je verhaal wordt wereldwijd gedeeld op de website BCAcampaign.com.

Elk jaar, onderneemt de BCA-campagne acties om te strijden tegen borstkanker via fondsenwerving en educatieve initiatieven. Ter ere van de 22^e verjaardag van BCA-campagne gaat The Estée Lauder Companies, voor elk aanmoedigend bericht of foto gedeeld via Twitter of Instagram dat de volgende hashtag heeft #BCAstrength, \$1 doneren aan de BCRF voor voorlichting en medisch onderzoek, met een maximum donatie van \$22.000. Ook kunnen mensen die hun verhaal op BCAcampaign.com delen de mogelijkheid krijgen om gevraagd te worden voor de BCA-campagne 2015. Details zullen begin 2015 aangekondigd worden.

Dit is onze call-to-action: ***“Luister naar onze verhalen. Deel de jouwe.”*** Ze geven immers de boodschap dat elk verhaal betekenis heeft en anderen er kracht uit kunnen putten. Het steunt niet alleen de mensen getroffen door de ziekte, maar ook hun naasten, de trouwe supporters, die ook door deze ziekte getroffen worden. Borstkanker is nooit een eenzijdig verhaal.

De **BCA-campagne 2014** is zo opgezet dat ze mensen in hun hart en hoofd bewuster maakt, waardoor men geïnspireerd raakt om actie te ondernemen en de missie van de BCA-campagne – de strijd aangaan met borstkanker via voorlichting en medisch onderzoek – op een waardevolle manier te ondersteunen. De BCA-campagne 2014 streeft ernaar wereldwijd 3,7 miljoen euro in te zamelen voor borstkankeronderzoek, voorlichting en medische dienstverlening, door haar focus te laten evolueren van betere bewustwording naar meer actie. Deze evolutie illustreert Evelyn H. Lauder's overtuiging dat we sterker worden in actie als we het SAMEN doen. Haar woorden, *“Het is echt iets dat nooit kan worden gedaan door een enkel persoon; het moet worden gedaan door een groep”*, zijn de inspiratie voor het thema ***“Samen staan we sterker”***, en zal integraal onderdeel blijven van de BCA-campagne in de komende jaren.

Bezoekers van de site worden aangemoedigd om hun eigen verhalen door middel van tekst, foto's en video's te delen als een manier om de steun van vrienden, familieleden, collega's, artsen, verpleegkundigen, verzorgers, zelfs onbekenden te eren.

De website BCACampaign.com zal het hele jaar door blijven bestaan. Deze dynamische, *storytelling hub* zal een continue stroom aan inspirerende en educatieve inhoud leveren, terwijl ook donaties aan de BCRF aangemoedigd zullen worden.

De BCA-campagne van The Estée Lauder Companies is een moedig en vernieuwend initiatief van mevrouw Evelyn H. Lauder: in 1992 co-creëerde ze de Pink Ribbon, het universele symbool voor de strijd tegen borstkanker. De BCA-campagne gaat de strijd aan tegen borstkanker via voorlichting en medisch onderzoek, en is momenteel actief in meer dan 70 landen. Ze haalde al meer dan 39 miljoen euro op voor wereldwijd onderzoek, voorlichting en medische dienstverlening. Met bijna 31 miljoen euro daarvan werden in de voorbije 20 jaar wereldwijd 166 BCRF-onderzoeksprojecten gefinancierd. Deze ingezamelde fondsen hebben direct tot de volgende verwezenlijkingen geleid: van de lancering van een testvaccin tegen borstkanker in een vroeg stadium tot betere manieren om risico's in te schatten bij jonge vrouwen met een familiale geschiedenis.

Verklaring van **William P. Lauder**, de *Executive Chairman* van The Estée Lauder Companies: "Toen mijn moeder voor het eerst het thema borstkanker aankaarte, spraken nog maar weinig mensen daar openhartig of publiekelijk over. Zij was er rotsvast van overtuigd dat kennis macht betekende. Ze vond het haar verantwoordelijkheid om als spreekbuis te fungeren en de verhalen te delen van vrouwen en families die getroffen waren door de ziekte. De BCA-campagne van dit jaar eert het geloof in kennis, in delen en actie ondernemen, wat heel belangrijk was in het leven van mijn moeder. Ik weet dat ze ons net zo hard wil zien vechten als zij om ervoor te zorgen dat deze verhalen gehoord worden en levens gered worden."

Verklaring **Fabrizio Freda**, de *President and Chief Executive Officer* van The Estée Lauder Companies: "Er schuilt iets bijzonder ontroerends en onmiskenbaar universeels in de energie achter Evelyn Lauders visie om borstkanker uit de wereld te helpen. Ik zie het elke dag, overal waar ik ga, bij alle werknemers van The Estée Lauder Companies waar ook ter wereld. Er heerst een vastberadenheid, een passie, een voelbare en persoonlijke inzet die in elke taal verstaanbaar is. Met borstkanker te maken krijgen, of de ziekte nu jezelf of een geliefde treft, verbindt ons heel sterk. Hoe vaker ik dat mag aanschouwen, hoe meer ik de kracht voel die we delen als we de handen ineenslaan."

Verklaring **Elizabeth Hurley**, de wereldwijde ambassadrice voor de BCA-Campagne: "Borstkanker kent geen grenzen en discrimineert niet: iedereen, in elk land, over de hele wereld wordt erdoor getroffen. De BCA-campagne van dit jaar is een kans om miljoenen mensen overal ter wereld samen te brengen - vrouwen, mannen, familieleden, zorgverleners - en ze kracht te laten vinden bij elkaar. Er is echt heel veel dat we kunnen leren en winnen als we naar elkaar luisteren en persoonlijke verhalen van kracht en steun delen om anderen te inspireren en helpen. Zo veel vrouwen en mannen moeten samen borstkanker doorstaan. Door verhalen te delen en horen worden we allemaal sterker, samen."

De emotionele en boeiende verhalen die centraal staan in de BCA-campagne komen tot leven in advertenties en videobijdragen in documentairstijl die perfect het thema van de campagne "**Samen staan we sterker**" illustreren. De creatieve reclame voor de BCA-campagne 2014 werd bedacht door Creative Director, Aubyn Gwinn. Beelden werden gefotografeerd door Christian Witkin. De digitale campagne werd gecreëerd door Raison D'Être, samen met zijn productiepartner Click 3X, om de BCA-Campagne video te maken en te filmen, geregisseerd door Jonathan Yi, van Click 3X.

De volgende luxe beautymerken van The Estée Lauder Companies dragen bij aan de 2014 BCA-campagne door de verkoop van hun Pink Ribbon-producten: Aveda, Clinique en Estée Lauder. Deze drie merken verenigen zich tijdens de maand oktober om, in de geest van het thema "**Samen staan we sterker**", fondsen in te zamelen voor de Breast Cancer Research Foundation®.

Voor meer informatie over de BCA-campagne kunt u terecht op www.bcacampaign.com of volg ons op Facebook: www.facebook.com/BCACampaign,
Twitter: www.twitter.com/BCACampaign,
Instagram: www.instagram.com/BCACampaign en
YouTube: www.youtube.com/BCACampaign.

The Estée Lauder Companies is een van de toonaangevende fabrikanten en marketeers van kwalitatieve huidverzorging, make-up, parfum en haarverzorgingsproducten. De producten worden verkocht in meer dan 150 landen en gebieden onder de volgende merknamen : Estée Lauder, Aramis, Clinique, Prescriptives, Lab Series, Origins, M•A•C, Bobbi Brown, Tommy Hilfiger, Kiton, La Mer, Donna Karan, Aveda, Jo Malone, Bumble and bumble, Darphin, Michael Kors, American Beauty, Flirt!, GoodSkin Labs, Grassroots Research Labs, Tom Ford, Coach, Ojon, Smashbox, Ermenegildo Zegna, Aerin Beauty, Tory Burch, Osiao and Marni.

De **Breast Cancer Research Foundation® (BCRF)** ondersteunt 's werelds meest beloftevolle onderzoek om borstkanker nog tijdens ons leven te voorkomen en een remedie te vinden. De organisatie werd in 1993 opgericht door Evelyn H. Lauder en haalde sinds september 2014 al meer dan 368 miljoen euro op waarmee ontdekkingen in tumorbiologie, genetica, preventie, behandeling, overleving en uitzaaiingen kunnen worden gestimuleerd. Dit jaar investeerden we 33 miljoen euro in het werk van meer dan 200 onderzoekers aan toonaangevende medische instellingen verspreid over zes continenten. Met 91 cent van elke euro die wordt uitgegeven aan onderzoek en bewustwordingsprogramma's blijft de BCRF een van de meest verantwoordelijke liefdadigheidsorganisaties op fiscaal vlak in de Verenigde Staten. We zijn de enige borstkankerorganisatie die wordt gewaardeerd als 'A+' door CharityWatch, en sinds 2002 kregen we ook al 12 keer een viersterrenbeoordeling van Charily Navigator. Doe mee en surf naar www.bcrfcure.org.

PERSCONTACT

Dominique Nellens

PR Manager Estée Lauder Benelux
Woluwedal 26 box 8
B-1932 Sint-Stevens-Woluwe
M +32 474 55 25 39
T +32 2 716 85 76
E: dnellens@be.esteelauder.com
W: www.esteelauder.be

Marie Wauters

PR Manager Clinique Benelux
Woluwedal 26 box 8
B-1932 Sint-Stevens-Woluwe
M +32 475 29 78 14
T +32 2 716 85 06
E: mwauters@be.clinique.com
W: www.clinique.be

