



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER

# SAMEN IN ACTIE TEGEN BORSTKANKER

Doe mee via [BCAcampaign.com](http://BCAcampaign.com)  
#BCAstrength



## **De Breast Cancer Awareness-campagne (BCA) is de grootste liefdadigheidsactie van The Estée Lauder Companies.**

Evelyn H. Lauder lanceerde de BCA-campagne in 1992 met de creatie van de Pink Ribbon, het roze lint als universele symbool voor borstkanker.

Elizabeth Hurley, mondiale ambassadrice van de BCA-campagne, en William P. Lauder, Executive Chairman van The Estée Lauder Companies Inc., zetten zich trots in om mensen overal ter wereld warm te maken voor het initiatief.

# **WIE WE ZIJN** *WAT WE DOEN*

## **De BCA-campagne wil borstkanker de wereld uit helpen door voorlichting en medisch onderzoek te ondersteunen.**

De afgelopen 24 jaar heeft de BCA-campagne vrouwen, mannen en gezinnen in alle uithoeken van de wereld samengebracht en geïnspireerd om het bewustzijn te vergroten, geld in te zamelen en zinvolle acties op touw te zetten, om borstkanker uit de wereld te helpen.

De BCA-campagne:

- verenigt 5 iconische merken van The Estée Lauder Companies om geld voor onderzoek in te zamelen via de verkoop van Pink Ribbon-producten en schenkingen;
- organiseert wereldwijd bewustmakings-, voorlichtings- en geldinzamelingsacties om werknemers, partners en consumenten te betrekken;
- verlicht overal ter wereld historische monumenten in het roze om het belang van borstgezondheid in de kijker te zetten;
- deelt inspirerende, educatieve content op sociale media en [BCAcampaign.com](http://BCAcampaign.com).

# SAMEN STAAN WE STERK

Samen ervaren we de kracht van globale solidariteit in de strijd tegen borstkanker. De Breast Cancer Awareness-campagne (BCA) 2016 van The Estée Lauder Companies moedigt mensen overal ter wereld aan om

## “ACTIE TE ONDERNEMEN EN BORSTKANKER DE WERELD UIT TE HELPEN.”

Borstkanker is wereldwijd de meest voorkomende vorm van kanker bij vrouwen. Elke dag worden mensen met borstkanker geconfronteerd: omdat ze te horen krijgen dat ze lijden aan de ziekte, iemand kennen die door de ziekte is getroffen, of streven naar een wereld zonder deze ziekte. Ieder van ons kan zijn steentje bijdragen! Onze ervaringen zijn dan wel uniek, toch staan we samen sterk door ons verlangen om borstkanker de wereld uit te helpen.

Dit jaar focust de BCA-campagne op de bijzondere impact van *verbondenheid*. We hebben heel wat invloedrijke personen van verschillende sectoren en met een diverse achtergrond uitgenodigd om deel uit te maken van onze globale gemeenschap. Onze favoriete bloggers, mediafiguren, auteurs, chef-koks, fitnessgoeroes en deskundigen uit de medische wereld ... *Samen* zetten zij zich in om aandacht te vragen voor borstkanker. Deze nieuwe partners zullen advies en tips geven, en middelen bieden om acties op touw te zetten die anderen *inspireren* en *ondersteunen*, en tegelijk een goede gezondheid en ons welzijn bevorderen.

De originele inbreng van deze sponsors zal mensen overal ter wereld helpen om samen actie te ondernemen tegen borstkanker, en inspiratie bieden om hun leven en dat van anderen op betekenisvolle wijze te veranderen. Alle informatie over de campagne staat op onze website [BCAcampaign.com](http://BCAcampaign.com). Daar vind je ook redactionele content en updates over evenementen die het hele jaar door worden georganiseerd.

*Alle acties brengen ons dichterbij  
een wereld zonder borstkanker.*

**ONDERNEEM SAMEN MET ONS ACTIE OP**  
**[BCAcampaign.com](http://BCAcampaign.com) en [@BCAcampaign](https://twitter.com/BCAcampaign)**  
**[#BCAstrength](https://twitter.com/BCAcampaign)**





## ONZE IMPACT:

# 70

We zijn actief in meer  
dan 70 landen.

# €58M

We hebben meer dan 58 miljoen  
euro ingezameld voor onderzoek,  
voorlichting en medische  
dienstverlening overal ter wereld.

# 200

We hebben wereldwijd  
200 BCRF-onderzoeksbeurzen  
gefinancierd.

# €6M

Ons doel: dit jaar  
6 miljoen euro inzamelen.

## WIE WE ONDERSTEUNEN

De voornaamste partner van de BCA-campagne is de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF), een non-profitorganisatie die zich focust op de ondersteuning van 's werelds meest geavanceerde onderzoek naar borstkanker. De BCRF is in 1993 opgericht door Evelyn H. Lauder. De organisatie is uitgegroeid tot de grootste mondiale privéspansor van borstkankeronderzoek en heeft belangrijke doorbraken gestimuleerd voor de preventie, diagnose en behandeling van en de overlevingskansen bij borstkanker.

Wereldwijd werkt de BCA-campagne samen met meer dan 60 borstkankerorganisaties (waaronder stichting Pink Ribbon België) om onderzoek, voorlichting en medische dienstverlening te bevorderen.

# MONDIALE AMBASSADEURS VAN DE BCA-CAMPAGNE



## WILLIAM P. LAUDER

William P. Lauder, Executive Chairman van The Estée Lauder Companies Inc., engageert zich trots om de missie van de Breast Cancer Awareness-campagne – borstkanker de wereld uit helpen dankzij voorlichting en medisch onderzoek – te ondersteunen in meer dan zeventig landen. Door zijn inspanningen zet hij het baanbrekende werk van zijn overleden moeder, Evelyn H. Lauder, een pionier in de strijd tegen borstkanker, voort.

*“The Estée Lauder Companies zet zich al jaren in om samen actie te ondernemen tegen borstkanker. Dit sterke engagement verenigt mensen van verschillende continenten, ongeacht cultuur of taal. Elk jaar komen onze medewerkers, consumenten en partners van overal ter wereld samen om het bewustzijn te vergroten, geld in te zamelen en zinvolle acties op touw te zetten.”*



## FABRIZIO FREDA

Fabrizio Freda, President & CEO van The Estée Lauder Companies Inc., moedigt medewerkers, consumenten en andere belanghebbenden aan om de Breast Cancer Awareness-campagne te ondersteunen.

*“Bij The Estée Lauder Companies streven we er voortdurend naar om de gemeenschappen waar we wonen, werken en aanwezig zijn op een zinvolle manier te ondersteunen. Ik ben zeer trots op alle inspanningen die ons bedrijf wereldwijd levert om de voorlichting en het onderzoek met betrekking tot borstkanker te verbeteren door de BCA-campagne.”*



## ELIZABETH HURLEY

Elizabeth Hurley, mondiale ambassadrice van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies, is tevens actrice, model, ontwerpster van badmode, landbouwster en moeder. Sinds het begin van haar carrière bij Estée Lauder in 1995 spreekt ze openlijk over borstkanker, en zet ze zich enthousiast in om wereldwijd geld op te halen en deze ziekte te bestrijden. Daarmee treedt ze in de voetsporen van wijlen Evelyn H. Lauder.

*“Tijdens mijn reizen als mondiale ambassadrice van de BCA-campagne heb ik duizenden mensen ontmoet die getroffen zijn door borstkanker, en tal van experts die een belangrijke rol spelen op het gebied van geavanceerd borstkankeronderzoek en medische voorlichting. Ik geloof oprecht in de kracht van solidariteit en samenwerking. Samen kunnen we actie ondernemen tegen borstkanker en de vele mensen helpen die zijn getroffen door deze verschrikkelijke ziekte.”*



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER

# TIEN MANIEREN WAAROP ELIZABETH ACTIE ONDERNEEMT TEGEN BORSTKANKER

Elizabeth vertelt ons wat zij zoal doet om het verschil te maken.

1

Op mijn toilettafel ligt altijd een Pink Ribbon-speldje. Zo word ik er altijd aan herinnerd om mijn uiterste best te doen in mijn actie tegen borstkanker. Ik zie het speldje elke ochtend wanneer ik wakker word, en elke avond wanneer ik ga slapen. Het is voor mij een symbool van hoop en inspiratie.

2

Ik doe mijn best om vrienden en geliefden die getroffen zijn door deze ziekte zo goed mogelijk te helpen en te ondersteunen. Al is dat door kleine dingen, zoals hun hand vasthouden bij de dokter of boodschappen doen.

3

Ik stuur met de hand geschreven brieven naar geliefden die ondersteuning nodig hebben. Het doet ongelooflijk veel deugd om een brief met een speciale, liefdevolle boodschap in je bus te vinden.

4

Ik zet de belangrijke tradities van mijn fantastische mentor en dierbare vriendin, wijlen Evelyn Lauder, voort. Evelyn en ik hebben iconische gebouwen en historische monumenten overal ter wereld gehuld in een schitterend roze licht. Ik zal dit met trots blijven doen, om mensen wereldwijd aan te sporen om samen actie te ondernemen.

5

Ik kook enorm graag, en eet geen kant-en-klare gerechten of afhaalmaaltijden. Het is veel fijner en gezonder om bijvoorbeeld een heerlijke groentesoep boordevol verse ingrediënten, zoals erwten en spinazie, te serveren.

6

Ik blijf actief en zit zelden lange tijd stil. Ik hou van lange wandelingen in de natuur met mijn vier fantastische honden, en ik volg een paar keer per week pilates.

7

Elk jaar op mijn verjaardag laat ik een mammografie uitvoeren. Ik moedig vrouwen overal ter wereld aan om hetzelfde te doen. Het is heel belangrijk om proactief te zijn wat je gezondheid betreft.

8

Elk jaar reis ik de wereld rond om mensen bewust te maken van het belang van een goede borstgezondheid, en de behoefte om geld in te zamelen voor onderzoek naar een behandeling. Ik ben altijd erg trots als ik mensen ontmoet die me vertellen dat ze een check-up hebben gepland naar aanleiding van iets wat ik heb gezegd of gedaan.

9

Ik leer mijn zoon hoe belangrijk gezonde voeding is. We telen heel wat groenten zelf, op onze bioboerderij, en proberen zo veel mogelijk fruit en groenten te eten.

10

Ik ben verheugd dat ik zoveel kan leren van enkele van 's werelds meest gerenommeerde onderzoekers op het gebied van borstkanker. Zij zetten zich onvermoeibaar in om een behandeling te vinden.



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER

# BORSTKANKER: ENKELE BELANGRIJKE CIJFERS

Borstkanker kent geen grenzen en treft levens in alle uithoeken van de wereld. We hebben al een flinke vooruitgang geboekt met alles wat we ondernemen tegen deze ziekte, maar toch moet er nog heel wat gebeuren: het bewustzijn rond deze ziekte wereldwijd vergroten, geld inzamelen voor levensreddend medisch onderzoek ...

## BORSTKANKER WERELDWIJD

Wereldwijd heeft 1 op 4 vrouwen met kanker een vorm van borstkanker. Bron: [Breast Cancer Research Foundation](#)

Borstkanker is de meest voorkomende vorm van kanker bij vrouwen wereldwijd. Vooral in ontwikkelingslanden worden steeds meer vrouwen getroffen door borstkanker. Daar wordt de ziekte in de meerderheid van de gevallen pas in een laat stadium ontdekt. Bron: [World Health Organization \(WHO\)](#)

In 2013 werden naar schatting 1,8 nieuwe gevallen van borstkanker vastgesteld. 1 op 18 vrouwen tot 79 jaar overal ter wereld ontwikkelde in 2013 borstkanker. Bron: [Global Burden of Disease Cancer Collaboration](#)

## ENKELE RISICOFACTOREN

**FAMILIALE GESCHIEDENIS:** Vrouwen met één eerstegraadsfamilielid (moeder, zus of dochter) met borstkanker lopen twee keer zoveel risico om de ziekte te ontwikkelen. Bij vrouwen met twee eerstegraadsfamilieliden met borstkanker is het risico zelfs drie keer zo groot. Bron: [American Cancer Society](#)

**LEEFTIJD:** Het risico om borstkanker te ontwikkelen wordt groter naarmate een vrouw ouder wordt. Ongeveer 1 op 8 vrouwen met invasieve borstkanker is jonger dan 45, terwijl 2 op 3 gevallen van invasieve borstkanker worden vastgesteld bij vrouwen van 55 jaar of ouder. Bron: [American Cancer Society](#)

**GENETICA:** Bij zo'n 5 à 10% van de borstkankergevallen spelen erfelijke factoren een rol. Ze zijn het directe gevolg van erfelijke genetische mutaties. BRCA1 en BRCA2: de meest voorkomende oorzaak van erfelijke borstkanker is een erfelijke mutatie van het BRCA1- en BRCA2-gen. Bron: [American Cancer Society](#)

**LEVENSTIJL:** Alcoholconsumptie en overgewicht of obesitas na de menopauze vergroten het risico op borstkanker. Er is steeds meer bewijs dat beweging het risico op borstkanker vermindert. Bron: [American Cancer Society](#)

## BORSTKANKER IN BELGIË

Dagelijks horen **27 vrouwen** in België dat ze borstkanker hebben. Bron: [Stichting Pink Ribbon België](#)

Ongeveer **1 op 8 vrouwen** in België zal in haar leven invasieve borstkanker ontwikkelen. Bron: [Stichting Pink Ribbon België](#)

Op dit moment strijden in België **100.000 vrouwen** tegen borstkanker. Bron: [Stichting Pink Ribbon België](#)

Borstkanker komt zo'n **100 keer minder voor bij mannen** dan bij vrouwen. Ongeveer **1 op 1000** mannen ontwikkelt in de loop van zijn leven. Bron: [American Cancer Society](#)



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER

# HOE ONDERSTEUNT EEN SCHENKING DE BCRF?



= een halfuur onderzoek



= één uur onderzoek

## ONDERZOEK IN ACTIE

Het geld dat dankzij de BCA-campagne wordt ingezameld, dient ter ondersteuning van borstkankeronderzoek. Verwezenlijkingen tot nog toe:

- De lancering van een testvaccin tegen borstkanker in een vroeg stadium.
- Betere manieren om risico's in te schatten bij jonge vrouwen met een familiale geschiedenis.
- De ontwikkeling van gewichtsverliesprogramma's om terugval of uitzaaiingen te helpen voorkomen.
- De lancering van een programma voor patiënten die de ziekte hebben overleefd, om cognitieve problemen aan te pakken.
- De ontwikkeling van een bloedtest om uitzaaiingen op te sporen vóór een tumor kan groeien.
- Onderzoek naar het verband tussen obesitas, kankerstamcellen en ziekteprogressie.

## WE ONDERSTEUNEN EN FINANCIEREN ALLE BCRF-ONDERZOEKSGBIEDEN



### TUMORBIOLOGIE

Het onderzoek naar de manier waarop kankercellen zich verspreiden van de borsten naar vitale organen, zoals de hersenen, de longen, de lever en de botten.



### LEVENSTIJL EN PREVENTIE

Het onderzoek naar het verband tussen obesitas en borstkanker.



### OVERLEVING

Het onderzoek naar de manier waarop behandelingen het geheugen en kenvermogen aantasten.



### ERFELIJKHEID EN ETNICITEIT

Het onderzoek naar de manier waarop mutaties van het BRCA1/BRCA2-gen het risico op borstkanker verhogen, en naar de ontwikkeling van nieuwe behandelingen tegen BRCA-borstkanker.



### BEHANDELING

De ontwikkeling van nieuwe behandelingen tegen triple-negatieve borstkanker.



### UITZAAIINGEN

De ontwikkeling van een bloedtest om uitzaaiingen op te sporen vóór een tumor kan groeien.



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER

# PINK RIBBON-PRODUCTEN

Vijf beautymerken van The Estée Lauder Companies slaan de handen ineen om de BCA-campagne te ondersteunen en geld in te zamelen voor de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF).

## AVEDA

### Limited-Edition Aveda Hand Relief™ Moisturizing Creme with Uplifting Beautifying Aroma



De revitaliserende formule van de Aveda Hand Relief™ Moisturizing Creme is rijk aan vitaminen. Deze gelimiteerde editie heeft de heerlijk verkwikkende geur van gecertificeerde organische rozemarijn, lavendel en bergamot, en wordt geleverd in een speciale verpakking met roze dop en lint. De uiterst rijke crème dringt diep in de huid. Resultaat: droge handen worden intens gehydrateerd en voelen aangenaam zacht aan. Andirobaolie en andere plantaardige hydraterende bestanddelen ondersteunen de vochtbarrière van de huid. Al na het derde gebruik voelen de handen veel zachter aan.

INHOUD: 150 ml

ADVIESVERKOOPPRIJS: € 33,00

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Aveda € 4,00 van de adviesverkoop prijs van de Limited-Edition Aveda Hand Relief™ Moisturizing Creme with Uplifting Beautifying Aroma doneren aan de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF), ter ondersteuning van dierproefvrije onderzoeken, met een maximum donatie van € 290.000.

**VERKRIJGBAAR BIJ:** Aveda store Antwerpen, Aveda salons en online op [www.aveda.be](http://www.aveda.be) tijdens de maand oktober en zolang de voorraad strekt.

**WEBSITE:** [www.aveda.be](http://www.aveda.be)

## CLINIQUE

### Great Skin, Great Cause Dramatically Different Moisturizing Lotion+ met sleutelhanger in gelimiteerde editie



Ter ondersteuning van de Breast Cancer Awareness-campagne lanceert Clinique elk jaar een speciale, gelimiteerde flacon van zijn Dramatically Different Moisturizing Lotion+. Deze lotion met huidversterkende bestanddelen biedt een optimale hydratatie, de hele dag lang. Resultaat: een jeugdiger teint. Het product versterkt de vochtbarrière van de huid met maar liefst 54% en gaat uitdroging tegen. De gelimiteerde editie van de Dramatically Different Moisturizing Lotion+ van Clinique is versierd met een unieke sleutelhanger met vier bedeltjes, waaronder een Breast Cancer Awareness Pink Ribbon.

INHOUD: 200 ml

ADVIESVERKOOPPRIJS: € 56,37

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Clinique € 14,90 van de adviesverkoop prijs van deze Dramatically Different Moisturizing Lotion+ met sleutelhanger in gelimiteerde editie aan de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF) doneren.

**VERKRIJGBAAR BIJ:** Galeria INNO en online op [www.clinique.be](http://www.clinique.be) tijdens de maand oktober en zolang de voorraad strekt.

**WEBSITE:** [www.clinique.be](http://www.clinique.be)



**DARPHIN**

## Intral Redness Relief Soothing Serum

Dit jaar ondersteunt Darphin de Breast Cancer Awareness-maand met zijn Intral Serum. Darphin kan bogen op meer dan vijftig jaar knowhow op het gebied van huidverzorging. Intral Serum, een schitterende formule met de allerbeste bestanddelen, is een iconisch product van het merk. Het roze serum helpt roodheid te verminderen en kalmeert onmiddellijk de geïrriteerde huid. Intral Serum bevat een Calm Complex™ met kamille, pioen en haagdoorn, dat de huid verzacht en hydrateert.

**INHOUD:** 30 ml

**ADVIESVERKOOPPRIJS:** € 59,90

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Darphin € 10,00 van de adviesverkoop prijs van de Intral Redness Relief Soothing Serum aan de Breast Cancer Research Foundation® (BRCF) doneren, met een maximum donatie van € 6,300.

**VERKRIJGBAAR BIJ:** Exclusief bij de apotheek verkrijgbaar.



**ESTÉE LAUDER**

## Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II met Pink Ribbon-speldje

Ons hoogwaardige herstellende serum, Advanced Night Repair, is geschikt voor elk huidtype. Nacht na nacht helpt het serum het natuurlijke herstelproces van de huid te optimaliseren. Resultaat: een gladdere, stralende huid en een jeugdige teint. De BCA-editie wordt verkocht met ons stijlvolle Pink Ribbon-speldje in email. Onze klanten kunnen het speldje dragen om te tonen dat ze de campagne steunen.

**INHOUD:** 50 ml

**ADVIESVERKOOPPRIJS:** € 124,13

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Estée Lauder 20% van de adviesverkoop prijs van Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II met Pink Ribbon-speldje doneren aan de Breast Cancer Research Foundation® (BRCF).

**VERKRIJGBAAR BIJ :** Galeria INNO en online op [esteelauder.be](http://esteelauder.be) tijdens de maand oktober en zolang de voorraad strekt.

**WEBSITE:** [www.esteelauder.be](http://www.esteelauder.be)



## ESTÉE LAUDER

### Pink Perfection Color-collectie

Onze nieuwe Color-collectie bevat een make-uppalet met vier Pure Color Envy-oogschaduw tinten, een Pure Color Envy-blush en een Pure Color Envy-lipstick (normaal formaat), stuk voor stuk in onze bestverkopende kleuren. Het palet wordt geleverd in een roze stoffen tasje met rits rondom, en een spiegeltje aan de binnenkant. Alles wat je nodig hebt om de perfecte look te creëren!

**INHOUD:** Pure Color Envy Sculpting oogschaduwpalet  
Pure Color Envy Blush  
Pure Color Envy Sculpting Lipstick

**ADVIESVERKOOPPRIJS:** € 51,72

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Estée Lauder 100% van de adviesverkoopprijs van de Pink Perfection Color-collectie doneren aan de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF).

**VERKRIJGBAAR BIJ:** Galeria INNO en online op [www.esteelauder.be](http://www.esteelauder.be) tijdens de maand oktober en zolang de voorraad strekt.

**WEBSITE:** [www.esteelauder.be](http://www.esteelauder.be)



## ORIGINS

### Drink Up™ Intensive Overnight Mask

Dit ultrarijke, hydraterende nachtmasker geeft de huid een optimale energieboost. Uiterst voedende bestanddelen van avocado en abrikozenpitolie dringen in de huid en zorgen voor een intense hydratatie. Japans zeewier helpt de huidbarrière te herstellen en verdere dehydratatie te voorkomen. 's Ochtends voelt de huid verfrist, gerevitaliseerd en verkwikt aan.

**INHOUD:** 100 ml

**ADVIESVERKOOPPRIJS:** € 25,00

**DONATIEBEDRAG:** In het kader van de Breast Cancer Awareness-campagne van The Estée Lauder Companies zal Origins € 4,00 van de adviesverkoopprijs van deze Drink Up™ Intensive Overnight Mask in gelimiteerde editie aan de Breast Cancer Research Foundation® (BCRF) doneren, met een maximum donatie van € 36.000,-

**VERKRIJGBAAR BIJ:** Exclusief verkrijgbaar bij Parfuma Eiermarkt (Antwerpen) en online op [www.parfuma.com](http://www.parfuma.com) tijdens de maand oktober en zolang de voorraad strekt.

**WEBSITE:** [www.parfuma.com](http://www.parfuma.com)

#### **PERSCONTACT**

Dominique Nellens  
PR Manager Estée Lauder Benelux  
Estée Lauder Cosmetics NV  
Airport Plaza - Kyoto Building  
Leonardo da Vincilaan 19  
B-1831 Diegem  
M +32 474 55 25 39  
T +32 2 716 85 76  
E: [dnellens@be.esteeauder.com](mailto:dnellens@be.esteeauder.com)  
W: [www.esteeauder.be](http://www.esteeauder.be)

Marie Wauters  
PR Manager Clinique Benelux  
Estée Lauder Cosmetics NV  
Airport Plaza - Kyoto Building  
Leonardo da Vincilaan 19  
B-1831 Diegem  
M +32 475 29 78 14  
T +32 2 716 85 06  
E: [mwauters@be.clinique.com](mailto:mwauters@be.clinique.com)  
W: [www.clinique.be](http://www.clinique.be)



**THE ESTÉE LAUDER COMPANIES**  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
ROND BORSTKANKER



BCAcampaign.com



@BCAcampaign  
#BCAstrength



THE ESTÉE LAUDER COMPANIES  
BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE  
RONDBORSTKANKER