

LUSH

Lush per la campagna etica Meglio a Colori: un sapone arcobaleno per fermare i tentativi di conversione sulle persone LGBTQIA+

Lush presenta il sapone Better in Colour e si unisce alla campagna Meglio a Colori per chiedere una legge europea contro le cosiddette terapie riparative, vere e proprie torture che minacciano i diritti umani universali



Il sapone Better in Colour (€8.50)

Milano, febbraio 2025 – Dal 15 al 28 febbraio Lush, brand di cosmetici freschi e fatti a mano, supporta in tutti i negozi italiani e [online](#) la campagna **Meglio a Colori** e invita i propri clienti a firmare la [petizione](#) per fermare i tentativi di conversione sulle persone LGBTQIA+. Per l'occasione il brand inglese ha realizzato il sapone Better In Colour: uno spicchio arcobaleno dal profumo di libertà a sostegno della campagna.

L'iniziativa [Meglio a Colori](#) nasce per chiedere una legge contro le cosiddette “terapie riparative” o “correttive” sulle persone LGBTQIA+: **pratiche definite come torture dall'ONU**, che vanno da subdoli abusi verbali e umiliazioni, fino a violenze psicologiche e fisiche, per arrivare all'isolamento, alla somministrazione di farmaci, e sfociare in atti violenti, a volte esorcismi con l'obiettivo di cambiare o reprimere l'orientamento sessuale o l'identità di genere di una persona, sopprimendo così la libertà di scelta e di autodeterminazione. Queste pratiche discriminatorie, degradanti e fraudolente hanno un impatto devastante sulla salute di chi le subisce, aumentando i casi di ansia, depressione e suicidio, soprattutto tra i giovani.

Tutti gli store Lush italiani si faranno portavoce della campagna Meglio a Colori e si trasformeranno in **piattaforme di attivismo** per invitare le persone a [firmare la petizione](#) e chiedere all'Unione Europea una legge che vieti definitivamente ogni tipo di tentativo di

LUSH

conversione e raggiungere insieme l'obiettivo di 60.000 firme entro il mese di maggio (un milione a livello europeo).



lesbiche, bisessuali, transgender e queer sia stata vittima di tentativi di conversione. È tempo di vietare questi tentativi, per legge e per sempre.



Per combattere i tentativi di conversione contro le persone LGBTQIA+ servono leggi e serve un grande cambiamento culturale. Le aggressioni sono raddoppiate rispetto al gennaio 2024, le nostre famiglie vengono considerate criminali, mentre l'adolescenza trans viene letteralmente perseguitata. I nostri colori, le nostre identità, sono quello che siamo e nessuno può portarceli via. E questo vale per ogni persona, poiché la cultura dell'odio può colpire chiunque. Lush è un brand che ha scelto con coraggio di trasformare i propri store in piattaforme dei diritti, e ribadire insieme che non c'è nulla da curare: le nostre vite sono sempre meglio a colori.*

Rosario Coco - Attivista della campagna Meglio a Colori

Nell'anno del **30° anniversario del brand** e in un momento storico che chiama all'azione, Lush conferma con orgoglio il proprio impegno in difesa dei diritti di tutte le persone e ribadisce con forza la propria volontà di contribuire alla costruzione di un mondo più libero, giusto e inclusivo.



Da sempre Lush è in prima fila nel sostenere i diritti LGBTQIA+, con al suo attivo decine di campagne in tutto il mondo negli ultimi 10 anni (e più). Di fronte all'attacco ai diritti civili da parte della propaganda populista, e al conseguente forte aumento delle violenze transomofobe, Lush torna a fianco della comunità arcobaleno per chiedere all'Europa, e all'Italia, di vietare una volta per tutte queste pratiche barbare e prive di qualunque fondamento.

Eva Pasquet - Responsible Charity Giving Lush Italia

*EU LGBTIQ Survey III, pubblicato il 14 maggio 2024

LUSH

Uno spicchio di profumato arcobaleno: il sapone **Better in Colour**



Per sostenere la campagna Meglio a Colori, Lush ha realizzato il sapone **Better in Colour**, un prodotto che si inserisce nel **programma Giving** del brand, che ha appena celebrato il traguardo di £100 milioni raccolti a favore di piccole organizzazioni e attivisti. Un arcobaleno con note luminose di patchouli e pompelmo dal profumo di libertà, per sentirsi in pace con sé e con l'universo. Il 75% del prezzo di vendita (IVA esclusa), verrà devoluto all'associazione Gaynet per sostenere

la campagna Meglio a Colori contro i tentativi di conversione sulle persone LGBTQIA+. Prezzo: €8.50

L'arcobaleno non si cura, si celebra!



Per tutta la durata della campagna, Lush organizzerà attività in store per coinvolgere i clienti e mostrare come le pratiche di conversione siano solo la punta di un iceberg che nasconde pregiudizi, stereotipi e discriminazioni ancora estremamente diffusi, insieme a una precisa visione della società in cui esistono persone di serie A e di serie B.

Sabato **22 febbraio** dalle **ore 16.00** lo store **Lush in Piazza Duomo 20 a Milano** si trasformerà in palcoscenico e accoglierà una performance speciale del duo **Karma B**, icone della scena drag, che si definiscono creature mitologiche, metà essere umani e metà Raffaella Carrà. Tra performance musicali, pillole di **stand up comedy** e momenti di divertente leggerezza, inviteranno la community milanese a firmare la petizione, raccontando con un pizzico di irriverenza l'importanza della campagna Meglio a Colori.

meglioacolori.it

#MeglioAColori

REALTÀ PROMOTRICI

Gaynet – Formazione e Comunicazione sui temi LGBTQIA+, Rete Lenford – Avvocatura per i diritti LGBTI+, ARCIGAY – Associazione LGBTI+ Italiana, MIT – Movimento Identità Trans, AGEDO – Associazione genitori, parenti, amiche e amici di persone LGBT+, Libellula Italia APS, Gender X, Circolo di Cultura Omosessuale Mario Mieli, Famiglie Arcobaleno – Associazione genitori omosessuali, Rete Genitori Rainbow, Genderlens, ALFI – Associazione Lesbica Femminista Italiana, ARCO – Associazione Ricreativa Circoli Omosessuali, AGAPANTO aps. Anzian* LGBTQ+, I Sentinelli di Milano, AMIGAY aps, CEST Centro Salute Trans e Gender Variant, NUDI – Nessuno Uguale Diversi Insieme, TGenus, EDGE LGBTI+ leaders for change, Cammini di Speranza, Di Gay project, Omphalos LGBTI, Possibile LGBTI+, Ygrò APS, Antinoo Arcigay Napoli, Pride Vesuvio Rainbow, Pochos, Napoli Pride, Vesuvio Pride e Coordinamento Campania Rainbow.

LUSH

Lush e l'impegno nella lotta per l'uguaglianza dei diritti LGBTQIA+

Nel 2013 e 2014, Lush ha lanciato l'iniziativa #SignOfLove per denunciare la disuguaglianza esistente in tutto il mondo per quanto riguarda i diritti delle persone LGBT.

Nel 2015 ha proseguito la lotta per l'uguaglianza promuovendo con All Out la campagna mondiale #GayIsOk, che ha generato la più grande conversazione online mai avvenuta sul tema e che ha permesso di istituire il fondo Love Fund (€378.000 devoluti a supporto LGBT nel mondo).

Nel 2016 Lush Italia ha proseguito la propria battaglia supportando CondividiLove e unendosi alla campagna #SvegliatiItalia per chiedere l'approvazione di un riconoscimento giuridico per le coppie dello stesso sesso. Nel 2021 si è unita alla campagna Dà Voce al Rispetto per chiedere l'approvazione di una legge contro l'omolesbobittransforbia.

Nel 2025 torna al fianco della comunità arcobaleno per denunciare le terapie di conversione e chiedere una legge europea che vieti queste torture sulle persone LGBTQIA+.

Lush

Nata nel 1995 in Inghilterra, Lush si contraddistingue per etica e innovazione. Lush crea, produce e commercializza cosmetici freschi e fatti a mano, come bombe da bagno, lavadenti e confetti di shampoo solido. Inventate nel 1989 dalla co-fondatrice di Lush Mo Constantine nel capanno del suo giardino, le bombe da bagno sono diventate un fenomeno globale: tutte pressate a mano negli stabilimenti di produzione di Lush in tutto il mondo, lo scorso anno Lush ne ha vendute oltre 21,2 milioni. Come campaigning company, Lush ha la missione di creare un prodotto per ogni esigenza e una rivoluzione cosmetica per salvare il pianeta. L'obiettivo finale è lasciare il mondo "più rigoglioso di come lo abbiamo trovato". Dal 2007 ad oggi, Lush ha supportato piccole associazioni e gruppi di attivisti attraverso diversi programmi di donazioni, permettendo loro di continuare il prezioso lavoro che svolgono per migliorare le nostre società. Grazie al supporto di tutta la community, Lush ha raccolto oltre 100 milioni di sterline, devolute con più di 19.000 donazioni in tutto il mondo. Nell'anno fiscale 2023, Lush ha donato quasi 1% del fatturato a gruppi di persone che lavorano per portare un cambiamento positivo e tangibile nel mondo, dimostrando il proprio impegno verso una strategia di giving a lungo termine. Oggi Lush opera in 52 Paesi con oltre 850 negozi, 38 siti web distribuiti in tutto il mondo e una rete globale di applicazioni native, canali di diffusione e digital communities in oltre 30 lingue.

Per maggiori informazioni:

Ufficio stampa Lush Italia

Maria Bruschi | maria.bruschi@lush.it | +39 348 6620554

Carol Testori | carol.testori@lush.it | +39 345 1192313