

Domani nelle piazze italiane l'appuntamento con le azalee dell'associazione per ricerca sul cancro

I brand fanno quadrato con l'Airc

Progetti e valori per Intesa Sanpaolo, Vodafone e Schenker

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Le aziende scendono in campo al fianco di Airc: Intesa Sanpaolo rinnova il suo impegno nel finanziamento di giovani ricercatori e Vodafone e Schenker saranno partner dell'iniziativa dell'Associazione italiana per la ricerca sul cancro che, come è ormai tradizione da 25 anni, distribuisce in occasione della Festa della mamma (domani, 10 maggio) piante di azalea per raccogliere fondi in 3 mila piazze italiane. L'obiettivo è superare quota 9 milioni di euro da destinare a progetti di ricerca sui tumori femminili.

Intesa Sanpaolo, partner ormai da anni delle iniziative di Airc, dal 2006 è concentrata sul finanziamento di giovani ricercatori, assicurando la continuità di due progetti quinquennali guidati da Irma Airoidi (Ospedale Gaslini di Genova) e Francesca Ciccarelli (laboratorio di bioinformatica IFom Ieo Campus Milano). «Anche e soprattutto in una situazione di crisi», ha dichiarato Corrado Passera,

ceo di Intesa Sanpaolo, «è necessario accelerare i processi di innovazione e prepararsi adeguatamente alle sfide del futuro in uno spirito di fiducia, collaborazione e ricerca. Ed è per questo che la nostra banca continua a sostenere finanziariamente le nuove Unità di Ricerca Airc dello Ifom-Ieo e del Gaslini. Un progetto di rilevante valore scientifico che sta già producendo significativi risultati grazie alla brillante opera delle due giovani ricercatrici, Francesca Ciccarelli e Irma Airoidi».

Oltre all'omaggio di 700 mila «azalee della ricerca» in cambio di un contributo di 14 euro, l'iniziativa dell'associazione presieduta da **Piero Serra**, che si avvarrà dell'opera di 20 mila volontari, prevede anche la distribuzione di una pubblicazione speciale dedicata alle donne, con consigli utili per prevenire i principali tumori femminili, mentre sul sito www.airc.it è disponibile una guida interattiva con informazioni più approfondite. È



La nuova locandina per la Festa della mamma

possibile inoltre sostenere l'Airc effettuando le donazioni (senza commissioni) presso tutte le filiali, sportelli bancomat di Intesa Sanpaolo e delle banche

del gruppo aderenti e attraverso i servizi internet della banca. Con l'obiettivo di promuovere l'evento e sensibilizzare il pubblico, è partita anche una campagna di comunicazione realizzata dall'agenzia di advertising del network Brand Portal, declinata sulla stampa quotidiana locale, locandine, tabelloni, videowall e radio, con un progetto firmato dall'art director Rita Mele e dalla copy Tiziana Bianchi, sotto la direzione creativa di Sofia Ambrosini e Stefano Volpi. Il tema della forza che unisce tutti coloro che sostengono l'Airc è al centro della campagna, che propone come visual una grande azalea sorretta da due bambini e l'headline «Se regali l'Azalea di Airc diventiamo tutti più forti». La campagna è

stata declinata anche su un video sui maxischermi di piazza del Duomo e dello store Coin di piazza Cinque Giornate, a Milano, sul grattacielo Piacentini di Genova e sulle tv del circuito Telesia, all'interno degli aeroporti di Milano e Roma.



Piero Serra