



[Home](#) > Pubblicità

Publicis porta on air l'Associazione Amici del 'Centro Dino Ferrari'

8/9/2009

L'agenzia ha realizzato pro bono la campagna *'Basta poco per cambiare tanto'*, declinata offline (stampa e radio) e online (banner) e volta alla raccolta di fondi a favore dell'Associazione che sostiene e sviluppa l'attività del **'Centro Dino Ferrari'**, da anni impegnato nella ricerca clinica e scientifica nel campo delle malattie neuromuscolari e neurodegenerative.



Publicis Italia, una delle più importanti realtà di comunicazione con sede a Milano e a Roma, firma la nuova campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi tramite sms dell'**Associazione Amici del 'Centro Dino Ferrari'**, che sostiene e sviluppa l'attività del 'Centro Dino Ferrari', da anni impegnato nella ricerca clinica e scientifica nel campo delle malattie neuromuscolari e neurodegenerative, tra le quali si classifica anche la Distrofia Muscolare di Duchenne.

'Basta poco per cambiare tanto' recita l'headline della campagna, ideata e realizzata pro bono da **Publicis** e declinata offline (stampa e radio) e online (banner). La campagna stampa si è ispirata alla caratteristica principale della malattia, ovvero la perdita progressiva delle capacità motorie, che costringe sulla sedia a rotelle i bambini che ne soffrono.

Ed è così che Publicis reinterpreta il simbolo per eccellenza dell'handicap, un uomo sulla sedia a rotelle, trasformandolo in simbolo di speranza. La ruota diventa un gioco: la ricerca infatti può fare molto per allungare il tempo del gioco e allontanare il momento in cui i bambini avranno bisogno della sedia a rotelle. Sotto la direzione creativa esecutiva di **Luca Scotto di Carlo** e **Vincenzo Gasbarro**, hanno lavorato l'art director **Salvatore Urso** e la copywriter **Sara Pollini**. Lo scatto è stato realizzato da **Miriam Ognibene**, mentre la post produzione è stata curata da **Mundocom**. Publicis ha ideato inoltre una campagna radio, realizzata da **Screenplay**, che gioca con un semplice ma efficace parallelismo tra il suono dell'SOS in codice Morse e il suono di un sms. E' stato infine sfruttato anche il mezzo internet, con una campagna banner ideata da **Publicis Modem**. L'agenzia di comunicazione per il non profit **Aragorn** ha affiancato l'Associazione Amici del 'Centro Dino Ferrari' nel percorso di assegnazione dell'sms solidale da parte delle compagnie telefoniche e ha coordinato la realizzazione della campagna, occupandosi anche della sua veicolazione a livello nazionale attraverso la ricerca di spazi gratuiti presso concessionarie e l'attività di ufficio stampa su diversi media. La campagna *'Basta poco per cambiare tanto'* promuove un progetto specifico di ricerca sulla Distrofia Muscolare di Duchenne (che prevede la combinazione di terapia genica e cellule staminali per l'identificazione di una cura). Per sostenerla, è possibile dal 10 al 30 settembre 2009 inviare un sms al 48583 da tutti i cellulari Tim, Vodafone, Wind e 3 per donare 1 euro oppure chiamando lo stesso numero da rete fissa Telecom Italia per donare 2 euro.