

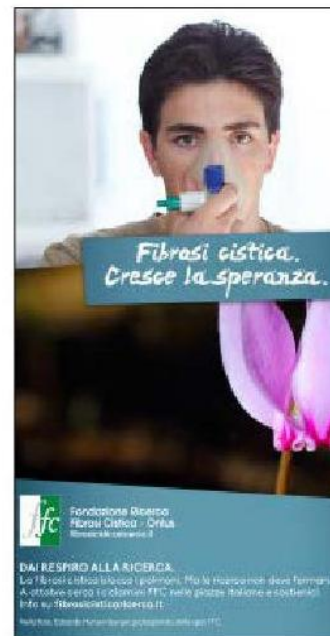
CAMPAGNE

# Tita prosegue la collaborazione con Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica

È firmata da Tita la nuova comunicazione della Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica, che prevede, oltre allo spot, diverse azioni di comunicazione a supporto di iniziative finalizzate alla raccolta fondi e alla sensibilizzazione. Il concept ruota intorno alla speranza rappresentata dai progressi conseguiti dalla ricerca. Un'impaginazione split propone nella parte superiore la foto

di un malato – Edoardo Henseberger, già protagonista dello spot tv – e in quella inferiore l'iniziativa. Per la vendita di ciclamini nelle piazze italiane una head recita "Fibrosi Cistica. Cresce la speranza", mentre per il Bike Tour 2016 – l'iniziativa di fundraising promossa dal vicepresidente Matteo Marzotto – l'annuncio presenta una foto della scorsa edizione accompagnata

dal claim "La speranza si fa strada". Tra le altre attività anche un'iniziativa che coinvolge studenti e professori e un'altra rivolta ai commercianti. Alle campagne, pianificate su stampa, affissione e materiali btl, hanno collaborato per l'agenzia il direttore creativo Giuseppe Mazza, il copywriter Nicolò Belmonte e l'art director Valentina Trucco. La fotografia è di Tommaso Gesuato.



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato