

CSR

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

ATTRAVERSO L'ARTE, UNES SOSTIENE LA FONDAZIONE PANGEA

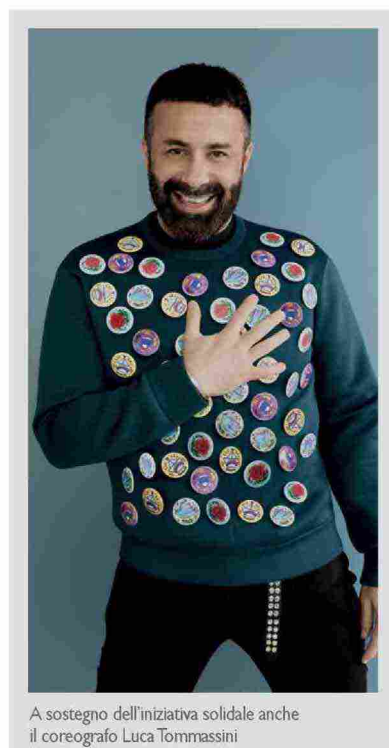
Quattro spille per dare un futuro diverso a donne e bambini.
Un'iniziativa solidale che supporta il progetto "Piccoli Ospiti".



IL PROGETTO ARTISTICO

Le quattro nuove spille Pangea sono state realizzate appositamente dall'artista Enrica Mannari. Disponibili in quattro varianti, ognuna con un diverso disegno grafico che corrisponde a un diverso significato: La rosa insegna che "siamo fragili e forti" allo stesso tempo, la barchetta di carta aiuta a "restare leggeri", l'uccello ricorda di "volare alti" e, infine, l'astronave invita a "esplorare nuovi orizzonti".

Una collaborazione nata sotto il segno della solidarietà quella tra Unes e Fondazione Pangea Onlus, l'organizzazione che si occupa di supportare donne e bambini vittime di violenza domestica. E che continua ancora oggi con una nuova campagna di raccolta fondi a favore del progetto "Piccoli Ospiti", il programma di accoglienza dedicato ai bambini che assistono spaventati alle violenze sulla propria madre. A partire dal 6 maggio e fino al 2 giugno 2019, infatti, in tutti i supermercati Unes coinvolti è stato possibile trovare le quattro nuove spille Pangea dal significato speciale disegnate in esclusiva dall'artista Enrica Mannari. Donando solamente due euro in cassa, si riceveva in cambio una delle quattro nuove pin. Un piccolo gesto ma dal grande valore. Le donazioni raccolte, sono state poi devolute a quattro centri di accoglienza, ambienti dove mamme e bambini possono trovare assistenza psicologica e legale, giochi terapeutici, laboratori, pet therapy e molto altro ancora per superare insieme le esperienze traumatiche vissute. A supportare l'iniziativa, anche un testimonial d'eccezione: il coreografo Luca Tommassini, da tempo tra i più fedeli sostenitori della Onlus. Inoltre, la donazione poteva essere fatta anche online direttamente sul sito Pangea cliccando sul pulsante "Dona ora per questo regalo". Con una donazione minima di 12 euro (più le spese postali; per le donazioni superiori a 50 euro, invece, le spese di spedizione erano gratuite) si ricevevano in cambio le quattro spille entro tre o quattro giorni lavorativi.



A sostegno dell'iniziativa solidale anche il coreografo Luca Tommassini

UN GESTO CON IL CUORE PER AIUTARE LA RICERCA CONTRO LA SLA

Fare la spesa e promuovere gli studi scientifici: l'impegno del Gruppo Selex per realizzare la prima Biobanca Nazionale Sla.

Creare una Biobanca Nazionale dedicata alla ricerca scientifica sulla sclerosi laterale amiotrofica (Sla). È questo il grande obiettivo della campagna "Un gesto con il cuore per sostenere la ricerca contro la Sla" promosso dal Gruppo Selex, leader della distribuzione moderna italiana, realizzata in collaborazione con Aisla Onlus, l'associazione italiana sclerosi laterale amiotrofica. Oltre 700 i supermercati e gli ipermercati del Gruppo che hanno partecipato a questa importante iniziativa di sensibilizzazione. Dal 6 al 12 maggio, infatti, i clienti hanno potuto dare il proprio contributo semplicemente facendo la spesa. I punti vendita coinvolti nella campagna hanno donato ad Aisla l'1% del venduto dei propri prodotti a marchio per la realizzazione della prima Biobanca, uno strumento

prezioso per favorire lo studio e l'analisi scientifica che metterà a disposizione di tutti i ricercatori un archivio di campioni biologici di persone colpite da questa malattia neurodegenerativa. Si tratta di materiale indispensabile per portare avanti gli studi delle cause, la sperimentazione di nuovi possibili farmaci e la definizione di strumentazioni di diagnosi e prevenzione. Inoltre, è stato possibile donare anche on-line tramite i siti web del Gruppo e la piattaforma e-commerce cosicomodo.it. Alessandro Revello, presidente del Gruppo Selex, ha dichiarato: "Sensibilizzare i clienti su temi importanti come la battaglia contro una malattia neurodegenerativa è un dovere per una realtà come la nostra che ha la capacità di raggiungere un target ampio di popolazione".





Prosegue, all'interno dei nostri giornali, la nuova rubrica Csr (Corporate Social Responsibility) News. Uno spazio che abbiamo voluto dedicare alle tantissime attività a favore di associazioni, gruppi di volontari, onlus e altro ancora. Tutto quello straordinario mondo del volontariato di cui il nostro paese è ricco. Mia figlia Valentina ha vissuto in prima persona all'interno di questo mondo. Dopo la laurea è stata tre lunghi anni in Uganda per conto di Avsi, la più importante Ong italiana. Un'esperienza difficile – fra bambini soldato, malati di aids, campi profughi – che l'ha segnata e fatta crescere. Giusto e doveroso allora comunicare a tutti queste iniziative. Anche perché può essere uno stimolo a organizzarne altre e ancor più significative. "È bene non fare il male. Ma è male non fare il bene". (Sant'Alberto Hurtado).

Angelo Frigerio

ODSTORE E CENTRO CLINICO NEMO INSIEME PER IL SOCIALE

Milano. Dal 17 aprile fino al 30 maggio scorso ha preso il via il progetto "Si, donare rende felici", realizzato da ODStore, brand di proprietà della Saporì Artigianali, in collaborazione con il Centro Clinico NeMO, network di quattro poli sanitari specializzati nella cura delle persone affette da malattie neuromuscolari. L'iniziativa era presente in tutti i negozi ODStore: a tutti i clienti che aggiungevano 1 euro alla propria spesa, veniva regalata una moneta da 1 euro di cioccolato. Il ricavato, ottenuto grazie alla generosità dei clienti, è andato a favore dell'Ambulatorio dell'Affettività del Centro Clinico NeMO, dedicato ai bambini affetti da malattie neuromuscolari come la Sma e le distrofie muscolari.

MD: UN'INIZIATIVA A SOSTEGNO DEL TELEFONO ROSA.

Gricignano di Aversa (Ce). In occasione della festa della mamma, Md ha lanciato un'iniziativa per aiutare concretamente il Telefono Rosa, l'associazione che da oltre trent'anni sostiene le donne vittime di violenza domestica. Per questo, dal 2 al 12 maggio, per ogni azalea venduta, al costo di 4,69 euro, 0,50 centesimi sono stati devoluti a sostegno del progetto "Nuova Vita" che si occupa di aiutare le mamme vittime di violenza. A dare ancora più rilievo all'iniziativa, anche la testimonial di Md, Antonella Clerici, raffigurata in un'immagine in "rosa" intenta a offrire un'azalea. "Ogni grande azienda ha l'obbligo morale di includere principi di natura etica all'interno della propria visione strategica", ha affermato il cavalier Patrizio Podini, presidente e fondatore di Md. Che ha concluso: "Quest'anno abbiamo deciso di sostenere il Telefono Rosa per il grande lavoro che fa nel difendere tutte le donne e le madri che subiscono violenze: un impegno che, purtroppo, è ancora oggi quanto mai necessario".

SIGNORVINO E AMORIM CORK ITALIA PARTNER NEL PROGETTO ETICO PER IL RICICLO DEI TAPPI USATI

Conegliano (Tv). Il progetto Etico di Amorim Cork Italia, dedicato al recupero e riciclo dei tappi usati, conta su un nuovo importante alleato: è Signorvino, l'enocateria nata dall'intuizione di Sandro Veronesi, patron di Calzedonia, che presenta all'interno dello stesso format anche una proposta di ristorazione e che conta ormai 16 punti vendita in tutta Italia. Nei quattro store di via Dante a Milano, di Corso Porta Nuova a Verona, di piazza Maggiore a Bologna e di via Lagrange a Torino, operativi 32 box 30x30 destinati a questa raccolta, preziosa per l'ambiente, cui possono partecipare tutti i clienti. Signorvino ha scelto di andare oltre la pura opera di comunicazione in tema di sostenibilità per inviare un messaggio forte e chiaro: riciclare conviene. I consumatori che porteranno i tappi nei box Etico, infatti, riceveranno, ogni 10 pezzi, un voucher del valore di cinque euro, spendibile per l'acquisto di vino Take Away e cumulabile nel punto vendita fino a un massimo del 20% del valore dello scontrino.

