

L'AGENZIA FIRMA LA COMUNICAZIONE TV, STAMPA, AFFISSIONE E BTL

Con Tita cresce la speranza e la ricerca sulla Fibrosi Cistica

Tita prosegue la sua collaborazione con la **Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica**. È sua, infatti, proprio

mentre prende il via lo spot tv, la firma di diverse azioni di comunicazione a supporto di iniziative finalizzate alla raccolta

fondi. Il concept al centro della creatività è la speranza, che anima tutte le iniziative della Fondazione, tanto da ispirare la creazione di un format adattato di volta in volta alle diverse occasioni. L'impaginazione propone nella parte superiore la foto di un malato, **Edoardo Henseberger**, già volto 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**, si legge 'La speranza si fa strada'. Ancora, un'iniziativa che coinvolge



studenti e professori diventa 'La speranza fa scuola', mentre per un'altra rivolta ai commercianti la head è 'La speranza va in vetrina'. Le campagne sono pianificate su stampa, affissione e materiali btl. Per Tita hanno lavorato alla creatività l'art director Valentina Trucco, il copywriter Nicolò Belmonte, con il direttore creativo **Giuseppe Mazza**. Fotografo: **Tommaso Gesuato**.

