



Csr

Al Gruppo Roncaglia la campagna per il 5x1000 all'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti. Paolo Roncaglia: "La raccolta fondi si trasforma in un mezzo per raccontare storia, identità e progetti della onlus"

'Sogniamo una vita normale e la immaginiamo a occhi chiusi. Proprio come te' è il claim che accompagna i diversi materiali della campagna, caratterizzati dai volti stilizzati di donne che sorridono a occhi chiusi, sognando e immaginando il futuro, realizzati con un'unica e semplice linea su fondo bianco: una metafora dell'immaginazione che unisce tutte le persone, vedenti e non. La campagna, uscita in stampa sul "Corriere dei Ciechi", prevede un mailing cartaceo mirato ad un focus target che include, fra l'altro, un depliant di approfondimento sulle attività promosse e sostenute dalla onlus. Online anche una creatività web e social.

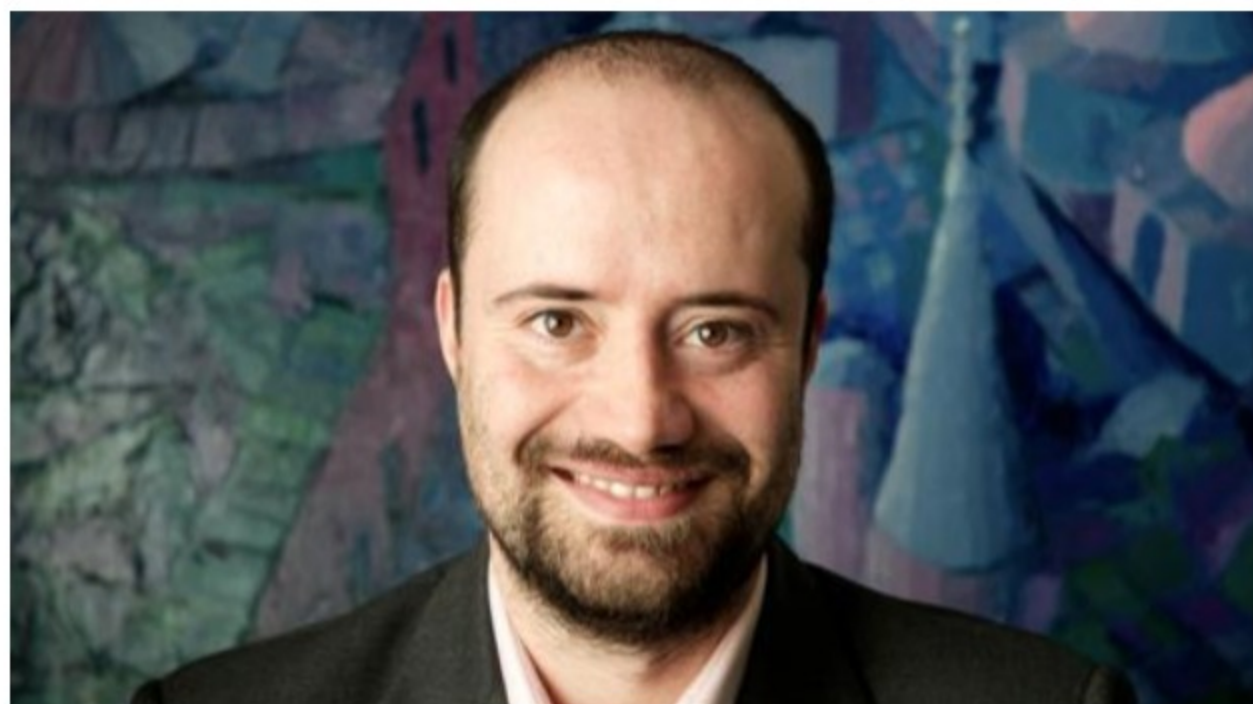
Il **Gruppo Roncaglia** ha curato la campagna a sostegno della donazione del 5x1000 a UICI, Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti, l'ente morale che si occupa dell'integrazione dei ciechi e degli ipovedenti nel mondo scolastico e lavorativo, della promozione, della autonomia e della dignità sociale, della valorizzazione delle aspirazioni personali.

'Sogniamo una vita normale e la immaginiamo a occhi chiusi. Proprio come te' è il claim che accompagna i diversi materiali della campagna, caratterizzati dai volti stilizzati di donne che sorridono a occhi chiusi, sognando e immaginando il futuro, realizzati con un'unica e semplice linea su fondo bianco: una metafora dell'immaginazione che unisce tutte le persone, vedenti e non.

Un approccio creativo leggero e onirico, per rappresentare le azioni che tutti noi viviamo proprio allo stesso modo delle persone con disabilità visive, così da "svelare" al pubblico che anche aspirazioni e sogni sono più simili di quanto si possa credere.

La campagna, uscita in stampa sul "Corriere dei Ciechi", prevede un mailing cartaceo mirato ad un focus target che include, fra l'altro, **un depliant di approfondimento sulle attività promosse e sostenute dalla onlus.**

Ad un target ampio è invece dedicata **la declinazione social e web**, che prevede anche la **personalizzazione del sito e della pagina Facebook** UICI con i due soggetti della campagna.



"Siamo contenti che UICI ci abbia confermato la sua fiducia assegnandoci questo nuovo incarico", commenta **Paolo Roncaglia** (foto sopra), presidente del Gruppo. "Per una onlus, le donazioni del 5x1000 sono un'importante opportunità di raccolta fondi. Se poi vengono sostenute da una campagna di comunicazione, possono trasformarsi in uno straordinario strumento per raccontare la storia, l'identità e i progetti dell'organizzazione, che nel caso di UICI testimoniano una lunga attività per il superamento delle barriere, la formazione, la socializzazione e la vita indipendente".