



BENNET PER FONDAZIONE UMBERTO VERONESI: NASCE #DISEGNAMIUNSORRISO

- **#disegnamiunsorriso** è l'iniziativa di Bennet per genitori e bambini che unisce in un gioco mascherine e sorrisi
- Un'idea allegra e semplice per ritrovare attraverso il disegno i sorrisi nascosti e perduti e dedicare un pensiero ai bambini malati
- Una meccanica giocosa per sensibilizzare i genitori e invitarli a donare a Fondazione Umberto Veronesi per la ricerca sull'oncologia pediatrica
- Idea e realizzazione creativa a cura di DDB Group Italy

Montano Lucino,

giovedì 1 aprile 2021

Abbiamo imparato a cambiare le abitudini e a convivere con un gran numero di limitazioni. Abbiamo inserito la mascherina nella routine della quotidianità, e lo abbiamo fatto tutti, grandi e bambini. Ma con questo strumento di protezione, personale e del prossimo, abbiamo anche perso tutti la possibilità di godere del sorriso degli altri.

Una privazione reale e costante che Bennet ha scelto però di guardare con occhio positivo, capovolgendone l'approccio e trasformandola in nuova occasione di divertimento per i più piccoli. Sono nate così le mascherine personalizzate con le figure dei giochi più conosciuti e amati del marchio Mattel, disponibili da poco prima di Natale in tutti i punti vendita Bennet. Mascherine che avevano anche un secondo importante obiettivo: per ogni mascherina venduta, Bennet ha donato 1 Euro a Fondazione Umberto Veronesi per la ricerca sull'oncologia pediatrica.

Ma la ricerca dei sorrisi perduti promossa da Bennet non si è fermata. È andata avanti ed è cresciuta di intensità, anche emotiva, dando forma a un nuovo progetto: **#disegnamiunsorriso**.

Grazie all'idea e al contributo creativo dell'agenzia di comunicazione DDB Group Italy, oggi Bennet chiama a raccolta genitori e bambini invitandoli ancora a giocare e ad aiutare a riscoprire e riaccendere anche i sorrisi dei bambini colpiti dalla malattia oncologica. Le mascherine, proprio quelle che coprono e nascondono i sorrisi, cambiano così natura: diventano piccole superfici su cui disegnare letteralmente un sorriso, rimanendo allo stesso tempo ricordo e stimolo a continuare a donare a Fondazione Umberto Veronesi.

Intorno a **#disegnamiunsorriso**, DDB Group Italy ha realizzato per Bennet uno spazio nel quale è possibile giocare sia virtualmente sia materialmente. Il sito disegnamiunsorriso.bennet.com dà accesso ad un'area dedicata all'iniziativa, in cui grazie a una specifica applicazione si potrà disegnare online un sorriso sulle mascherine posizionate sul volto di alcuni bambini. Non bambini qualunque però, ma piccoli uomini e piccole donne colpiti da patologie gravi e comunque pieni di voglia di vivere. Tutti i disegni con volti e mascherine sorridenti potranno essere scaricati, salvati e condivisi sui social media. Un invito a partecipare a questa grande avventura alla ricerca del sorriso perduto, anche attraverso una piccola donazione.



Ma c'è un modo per giocare anche nel mondo reale: in tutti i punti vendita Bennet saranno distribuite delle cartoline sulle quali sarà disegnata una vera mascherina da ritagliare e decorare con un sorriso. Semplice e naturale a questo punto l'incontro e l'incrocio con il virtuale: la cartolina invita infatti tutti a scattare un selfie con la mascherina indosso e chiede ai genitori di condividerlo sui canali social citando #disegnamiunsorriso.

“Tutti abbiamo dovuto rinunciare a qualcosa durante la pandemia e ne sentiamo ogni giorno il peso. Credo che solo oggi possiamo però renderci conto di quanta verità si nasconde dietro a una definizione molto usata, anzi forse anche troppo sfruttata, come il valore di un sorriso. Ma questa iniziativa, nella sua semplicità e nella sua naturalezza, ci aiuta a riportare le cose nel giusto ordine, a ridare importanza a un modo naturale di comunicare, a riflettere su chi, oltre al rischio di essere esposto all'emergenza sanitaria attuale, deve anche combattere contro patologie gravissime”, ha commentato **Simone Pescatore, Direttore Marketing e Comunicazione di Bennet**. “Siamo orgogliosi di questa iniziativa di Bennet e ringrazio tutti, da DDB Group Italy a Mattel, per aver lavorato insieme a noi, mossi dalla fiducia di poter portare un aiuto vero al lavoro di Fondazione Umberto Veronesi”.

“Prendi la mascherina, tira su la mascherina, dove hai messo la mascherina? Da papà, sono le frasi che ho pronunciato di più da un anno a questa parte”, ci racconta **Luca Cortesini, Chief Creative Officer di DDB Group Italy**, “seguite dalle spiegazioni su come le mascherine ci proteggono dai contagi. Perché i bambini sono curiosi, vogliono sapere come funziona tutto, anche la malattia. E sono pronti ad affrontarla, se sappiamo usare il loro linguaggio. Da qui è nata l'idea di trasformare le mascherine da strumento di distanza e paura a mezzo per condividere l'energia, l'allegria e la voglia di farcela tipiche dei bambini. È l'energia di cui abbiamo bisogno tutti - contagiati, sani, asintomatici, malati - e che vive e si amplifica nella condivisione”. E conclude: “Ecco perché era importante per noi creare un'iniziativa di ampio respiro, che legasse brand, partner, fornitori, influencer e soprattutto le persone comuni in un'emozione semplice e collettiva. Come il sorriso, che nasce e cresce solo insieme agli altri”.

“Questo periodo di emergenza sanitaria non ci deve far dimenticare l'importanza di trovare nuove strategie terapeutiche contro quei tumori che colpiscono i bambini e, che ancora oggi non siamo stati in grado di combattere definitivamente. Grazie al prezioso e rinnovato sostegno di Bennet potremo continuare a finanziare la ricerca scientifica d'eccellenza e ridare a questi piccoli pazienti un sorriso” - afferma **Monica Ramaioli, Direttore Generale di Fondazione Umberto Veronesi**.

Bennet nasce nei primi anni 60 da una visione di Enzo Ratti. Da allora la sua espansione è stata continua, trasformandola nel corso degli ultimi 55 anni in leader nel mercato degli ipermercati e dei centri commerciali, con sedi in tutto il Nord Italia.

Bennet conta 73 ipermercati e superstore e quasi 50 punti di ritiro Bennetdrive attivi, con una superficie di vendita complessiva di oltre mq. 350.000, circa 8.000 dipendenti e 50 gallerie commerciali di proprietà con oltre 1.250 negozi al proprio interno.

La competenza, l'esperienza e la professionalità hanno permesso a Bennet di essere sempre all'avanguardia e di anticipare i bisogni dei clienti in modo da garantire un'offerta sempre migliore nel rapporto qualità-prezzo, nell'ampiezza dell'assortimento e nel servizio.

Attraverso una politica commerciale al passo con i tempi, programmi di espansione mirati e la creazione di un'immagine e di uno stile inconfondibili, Bennet è riuscita a conquistare e mantenere sempre una leadership di mercato nelle aree in cui opera.