



## Bennet e Mattel a fianco di Fondazione Umberto Veronesi

*In arrivo le mascherine in tessuto di Barbie, Hot Wheels e UNO per Gold for Kids, il progetto di Fondazione Umberto Veronesi a sostegno della ricerca scientifica sui tumori pediatrici.*

Il 2020 è stato un anno particolare a causa dell'emergenza sanitaria legata al Covid-19. Tutti, dai più grandi ai più piccoli, hanno vissuto e stanno vivendo una situazione che presenta dei limiti. I piccoli, in particolar modo, hanno visto mutato il loro modo di vivere sia il tempo passato a scuola che il tempo libero, trovandosi ad affrontare una nuova «sfida»: l'utilizzo della mascherina.

In un periodo delicato come quello che stiamo affrontando, **Bennet e Mattel** da sempre accanto alle famiglie, sostengono **Gold for Kids**, il progetto di **Fondazione Umberto Veronesi**, nato nel 2014 e dedicato alla ricerca scientifica sui tumori pediatrici con la creazione di mascherine per bambini con i marchi **Barbie, Hot Wheels e UNO**.

Le mascherine generiche, prodotte dal licenziatario So.Di.Co azienda titolare dei diritti Licensing Mattel e distribuite in esclusiva da Bennet, prevedono 3 modelli uno dedicato a Barbie, la fashion doll più famosa di sempre, dove il logo Barbie incontra l'arcobaleno sulla texture della mascherina di colore rosa; i motori e le fiamme sono le protagoniste della mascherina dedicata ad Hot Wheels; infine, un modello di mascherina protettiva dedicato ai colori delle iconiche carte +2 e +4 del gioco UNO. Le mascherine sono realizzate in **cotone 100%** doppio strato: lo strato esterno è idrorepellente con trattamento antigoccia e sono quindi lavabili e riutilizzabili. Il coordinamento del progetto è a cura di **Victoria Licensing & Marketing**, consulente Mattel per i Consumer Products in Italia.

Le mascherine sono in vendita in tutti i punti vendita Bennet e su [bennet.com](http://bennet.com). Per ogni mascherina venduta, 1 euro verrà devoluto a Fondazione Umberto Veronesi, con due grandi obiettivi: finanziare il lavoro dei migliori ricercatori impegnati nello studio e nella cura dei tumori pediatrici e finanziare l'apertura e la gestione di protocolli di cura, garantendo ai piccoli e giovani pazienti accesso immediato alle migliori terapie.

Bennet e Mattel confermano così la loro attenzione al sociale ed estendono ai clienti l'invito a sostenere la ricerca scientifica d'eccellenza acquistando queste mascherine in tessuto protettivo. Una misura, quest'ultima, importante anche sul piano ambientale, perché eviterà il consumo di 1-2 mascherine al giorno da parte di ogni bimbo.



**Adriano De Zordi**, Amministratore Delegato di **Bennet**, dichiara: *“Siamo onorati di sostenere Fondazione Umberto Veronesi in collaborazione con un partner storico ed importante come Mattel, nella realizzazione di questo progetto. Fa parte della filosofia della nostra azienda e della nostra intera squadra essere in prima linea nel sociale, aiutando concretamente Fondazione e la ricerca scientifica”* e conclude *“Bennet da sempre sostiene diverse realtà nel territorio in cui opera privilegiando iniziative concrete nel campo della sanità e delle attività culturali, progetti che possano essere vicini alle esigenze e ai valori di tutte le persone con cui l’azienda si relaziona ogni giorno”*.

*“Nel 2014 abbiamo deciso di creare il progetto Gold for kids per finanziare la ricerca scientifica nel campo dell’oncologia pediatrica. Abbiamo identificato le patologie che colpiscono maggiormente i bambini e abbiamo così deciso di finanziare protocolli di cura internazionali, in collaborazione con AIEOP. Ogni anno inoltre sosteniamo un numero crescente di ricercatori impegnati a sviluppare farmaci e cure tarati per bambini e adolescenti. Grazie al prezioso contributo di Bennet e Mattel potremo continuare il nostro impegno per la salute dei più piccoli, che sono il nostro futuro”* - afferma **Monica Ramaioli**, Direttore Generale di **Fondazione Umberto Veronesi**.

Per maggiori informazioni su *“Gold for Kids”*: [www.fondazioneveronesi.it](http://www.fondazioneveronesi.it)

*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 45 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.*