



► 24 Gennaio 2015

MODA & SOLIDARIETÀ Un'iniziativa con Artsana

La bustina della felicità È glamour e fa del bene

Daniela Fedi

■ «Sì, la bustina che l'avevo. Potrebbe essere questo lo slogan di Coccinelle, marchio di borse, scarpe e accessori fondato in provincia di Parma nel 1978 e oggi noto anche per le mille operazioni sociali. La prima in ordine di tempo è dell'ottobre 2007, quando il brand ha avviato una collaborazione con la fondazione Francesca Ravà (www.aphilitalia.org) realizzando la Goodie Bag, una borsa etica per i bambini di Haiti. «A oggi ne abbiamo vendute 80 mila, un successo che ci ha permesso di costruire un centro la Casa dei Piccoli Angeli, il centro di riabilitazione infantile che ormai cura e ospita centinaia di bambini, ha fatto da supporto ai medici e alle associazioni italiane dopo il terremoto di Haiti», racconta Eleonora Pujà, direttore marketing e comunicazione di Coccinelle. Da cosa nasce cosa, per cui Martina Cocimazzi, socia dell'azienda, come brand ambassador del progetto è diventata ambasciatrice della Fondazione Ravà; grandi gruppi industriali come Marcegaglia e Rolex hanno deciso di regalare la borsa per Natale ai dipendenti e l'intera storia è stata ripresa dai media producendo una rassegna stampa che ha un valore di oltre due miliardi. «Con la Goodie Bag abbiamo raccolto 400 mila euro finanziando anche altri due progetti ad Haiti: tagliare con la mano go: ammettendo perché dopo è stato facile organizzare tutto il resto. Fenomenale, per esempio, la collaborazione con Karen Wall, l'illustratrice di libri per bambini con cui nel 2009 hanno lanciato Coccinelle Kids, a sostegno del Great Ormond Street Hospital di Londra. In pratica frequentando un workshop nel negozio londinese dell'azienda mamma e bambini imparavano a decorare da soli le borse, da

Arriva la nuova borsa di Coccinelle (a 15 euro) che sostiene l'associazione Amici dei bambini

quell'idea di creare un kit facile da vendere in tutte le boutique Coccinelle per sostenere con parte del ricavato la Fondazione MagicaCreme che aiuta bambini e adolescenti che sono stati diagnosticati il tumore. Con Coccinelle lo scorso anno ha creato la B.L.L.V. Bag, una borsa double face in zappa e pizzo il cui ricavato ha permesso di organizzare in



COLORATE
Le bustine della solidarietà



Lucia Serlenga

■ «Quattro cose dicono a la gente com'è un uomo e la sua casa, la sua macchina, sua moglie e le sue scarpe», dice Gavvina Maria Danny De Vito nel celebre film «La guerra dei Roses». Le calzature, indice di personalità, di gusto e di attenzione verso se stessi, non mentono. Così il prossimo inverno, e lo hanno spiegato stilisti e brand, gli uomini sceglieranno suole imponenti per comunicare di essere saldi e radicati e soprattutto di essere aggiornati scegliendo modelli a passe partout, dall'idosso a con suola di legno da mattina a sera, sotto abiti casual chic e persino in situazioni più formali. Perché le nuove proposte si annunciano di stile classico ma mai banale, tra il d'union fra montagna e città, fra pedule e le

ospedali come il San Gerardo di Monza oppure all'Istituto dei tumori di Milano dei veri propri laboratori in cui si pratica la terapia occupazionale. L'ultimo progetto di charity in ordine di tempo sosterrà Chicco della Felicità, promosso da Artsana Group (il colosso industriale che produce tra gli altri Chicco) che ha già permesso l'adozio-

ne di 783 bambini tra cui 627 definiti "speciali" perché troppo grandi o con problemi psicofisici troppo pesanti per essere facilmente adottati. «Abbiamo prodotto una bustina in pelle che verrà venduta a partire da marzo nelle nostre boutique per 15 euro», dice Pujà visibilmente commossa dalla fantastica storia di Lucia, bimba peruviana che ha trovato famiglia nonostante i 12 anni già compiuti e che potrà continuare a vedere la sorellina grazie al lavoro di A.Bi, l'Associazione Amici dei Bambini e il capo questo intelligente modo di far del bene.



INIZIATIVE
Eleonora Pujà, direttore marketing Coccinelle

