



COMUNICATO STAMPA N. 46 DEL 16 DICEMBRE 2016

SMS Solidale 45527. Ci sono sogni che il calcio riesce a realizzare

Campagna per il nuovo stadio pubblico di Lampedusa. Uno spot accompagnerà la raccolta fondi su tutte le tv e gli strumenti social

“**Ci sono sogni che il calcio riesce a realizzare**”, è questo il messaggio chiave della campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi con SMS solidale al **45527** lanciata da B Solidale Onlus, organizzazione non profit della Lega Nazionale Professionisti B, per sostenere “**The Bridge – Un Ponte per Lampedusa**”, progetto che si propone l’obiettivo di **realizzare nel territorio di Lampedusa uno stadio di calcio pubblico**.

Concept della campagna: l’idea dello spot è nata dalla volontà di testimoniare e promuovere i **valori della solidarietà e del rispetto** all’interno della comunità sportiva. Per la realizzazione della campagna di comunicazione si è partiti dal grande desiderio di regalare un sogno alla comunità sportiva e non solo di Lampedusa, ovvero costruire uno stadio di calcio pubblico sull’isola con l’auspicio che l’impianto possa diventare il principale centro di aggregazione. Il sogno rappresentato nel video è quello dei piccoli atleti dell’isola che desiderano avere la possibilità di giocare, crescere e confrontarsi per avere l’opportunità di diventare i campioni di domani.

Link YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=DHtYjAcYEMo>



Alberto Monguidi
Responsabile Area Comunicazione e Media

Via I. Rosellini, 4 - 20124 Milano
T. +39 02.69910271 - M. +39 3393781104 - F. +39 02.69001460
alberto.monguidi@legaserieb.it - www.legab.it





Il progetto **"The Bridge – Un Ponte per Lampedusa"**: Lega B e B Solidale Onlus si propongono di **realizzare nel territorio di Lampedusa uno stadio di calcio pubblico** di ultima generazione con tribuna, spogliatoi e impianto di illuminazione.

Per 5 anni, inoltre, Lega B e B Solidale Onlus si impegnano a garantire la gestione dell'impianto, la formazione delle persone che si occuperanno della manutenzione e lo svolgimento di attività sportive, di percorsi formativi per le scuole e di integrazione dei ragazzi ospiti del centro di accoglienza. Il progetto prevede anche il cofinanziamento delle attività agonistiche delle squadre giovanili locali.

Soggetti coinvolti nella realizzazione della campagna:

Lo studio della campagna è stato affidato a **The Unknown Creation**, agenzia con sede a Roma guidata dal managing director **Marco De Dominicis**. The Unknown Creation opera nel campo della creatività dal 2006: si tratta di un'agenzia dall'identità poliedrica, in grado di dialogare agilmente con soggetti privati e realtà istituzionali, che annovera tra i clienti Mercedes-Benz Italia, British American Tobacco, Discovery Italia, Shell, Eurovita e Ministero della Salute.

Le immagini dello Spot TV sono estratte dal video diretto e girato da **Gabriele Gismondi** e realizzato grazie al contributo di **Lampedusa Today**, brand di promozione turistica lanciato dalla digital agency lampedusana eGlob per valorizzare l'immagine e le caratteristiche uniche dell'isola mediterranea con strumenti interattivi (portale web, app, blog, social media), diventato nel tempo un punto di riferimento nel mercato turistico locale.

La voce narrante della campagna è **Federico Tocci**, attore italiano noto per aver ricoperto il ruolo dell'ispettore di Polizia *Walter Battiston* nella serie televisiva "La squadra" e "La nuova squadra". Attualmente l'attore è impegnato con le riprese di "Suburra" serie televisiva con la regia di Michele Placido. Ha inoltre recitato nelle seguenti fiction televisive: "Squadra antimafia 7", "Squadra Mobile", "Codice Rosso", "Medicina Generale" e "Sette Vite". E nei seguenti film: "La Bambina" regia di V. Pedicini, "Un Natale stupefacente" regia di V. De Biasi "Confusi e Felici" regia di M. Bruno.

Per scaricare i materiali della campagna:

Spot Video: [CLICCA QUI](#)

Spot Radio: [CLICCA QUI](#)

Adv: [CLICCA QUI](#)