
Infanzia: Unicef/Brosway, al via partnership per salvare bambini più vulnerabili

Prende il via la collaborazione tra Brosway, il brand italiano di gioielleria e orologeria fashion e l'Unicef per una campagna in occasione del San Valentino, a sostegno dei programmi contro la malnutrizione infantile. Fino al prossimo 14 febbraio, acquistando uno o più bracciali Brosway sulla pagina unicef.it/brosway, sarà possibile fare un gesto di solidarietà e aiutare quanti più bambini nel mondo a ricevere cure adeguate e terapie nutrizionali. Secondo gli ultimi dati, nel mondo 149 milioni di bambini sotto i cinque anni hanno una crescita e uno sviluppo ridotti, e almeno 45 milioni soffrono di malnutrizione acuta - la più pericolosa per la vita. "I bambini che soffrono di malnutrizione acuta sono tra i più vulnerabili del pianeta. Senza ricevere tempestivamente un trattamento salvavita, sono ad altissimo rischio di morire", ha dichiarato Paolo Rozera, direttore generale dell'Unicef Italia. Come ha dichiarato Lanfranco Beleggia, presidente di Bros manifatture, "da sempre, Brosway crede nell'importanza di sostenere onlus che si impegnano giornalmente per cambiare la vita di molti e generare sensibilizzazione. Riteniamo importante attivare questo tipo di collaborazione per portare un cambiamento concreto, che faccia la differenza. Non ci possono essere ricchezza e povertà". Nel corso dell'anno saranno diversi i momenti che vedranno Unicef e Brosway uniti in campagne mirate al miglioramento delle condizioni di vita dei minori in tutto il mondo, contribuendo a comporre i tasselli di un futuro migliore. La prima attivazione congiunta è prevista in occasione della Festa di San Valentino.

Patrizia Caiffa