

L'ong lancia il calendario sul Brasile

Oaf-I si promuove stimolando i sensi

DI MARCO A. CAPISANI

Il marketing multi-sensoriale si adatta perfettamente alle esigenze strategiche del Terzo settore. L'organizzazione non governativa Oaf-Italia coglie l'occasione delle feste natalizie e lancia il calendario «Così vicino che lo puoi sentire». L'obiettivo è far conoscere e raccogliere i fondi per le strutture di accoglienza,

scuole e centri di formazione che l'associazione torinese Organizzazione di aiuto fraterno sostiene a Salvador Bahia (informazioni al numero 011/6699513). E per far capire agli italiani dove e chi aiutano concretamente, alle 12 foto della realtà brasiliana che accompagnano i mesi del prossimo anno sono stati aggiunti anche i profumi tipici di quel paese lontano. Su ogni fotografia che ri-

trae i protagonisti del progetto di solidarietà, infatti, ci sono delle parti più opache e leggermente in rilievo, intrise di profumo, che il cliente italiano può accarezzare per sentire, tra gli altri, gli odori dell'oceano, del cocco, del caffè o della foresta sud-americana.

«Il progetto nasce dalla richiesta di Oaf-I di realizzare il calendario 2006 per l'associazione», spiega a *ItaliaOggi*

Francesca Aielli, amministratore delegato e direttore creativo dell'agenzia di comunicazione Stailfab, che

ha firmato l'intera operazione di fund raising, «e punta sul coinvolgimento dei bambini ripresi dall'obbiettivo, sull'olfatto attraverso i profumi di Laura Tonatto». Oltre al calendario con le dimensioni tradizionali (44x26 cm) sono in vendita anche un almanacco in versione mignon e una serie di cartoline natalizie. (riproduzione riservata)

