



RASSEGNA STAMPA

TORINO
CRONACAQUI

24 gennaio 2025
pagina 15

IL PROGETTO La Aido ha deciso di promuovere la donazione di organi attraverso la musica e le emozioni

Ecco "L'Amico che non conosco" Così la musica unisce e salva vite

Promuovere la donazione di organi attraverso la musica e le emozioni. È questa l'idea alla base del progetto "L'amico che non conosco", ideato dal cantautore Alessandro Casalis in collaborazione con AIDO Piemonte e Limo Comunicazione. Il format nasce per sensibilizzare le persone sul tema del dono della vita, portando questo messaggio direttamente nelle aziende. Al centro del progetto c'è il racconto personale di Casalis, che attraverso canzoni e monologhi condivide la sua esperienza legata a un trapianto di fegato. Un momento della sua vita che diventa strumento per ispirare e coinvolgere chi ascolta. La forza di questo racconto risiede nella sua autenticità, capace di creare connessioni emotive profonde. Ogni performance rappresenta un'oc-

casione per riflettere sul valore della donazione e sull'importanza di prendere una decisione consapevole su temi cruciali come quello del dono degli organi, dei tessuti e delle cellule. Questo progetto, tuttavia, non è solo una performance artistica. È un'opportunità per le aziende di integrare nei propri valori temi socialmente rilevanti. Portare "L'amico che non conosco" in un contesto aziendale significa promuovere la sostenibilità, rafforzare la coesione dei team e costruire una cultura dell'inclusione. La musica e le storie di vita personale diventano strumenti per migliorare il clima aziendale, favorendo dialogo e collaborazione. La collaborazione tra AIDO Piemonte e Limo Comunicazione rende il progetto ancora più significativo. Da un lato, Al-

DO porta la propria esperienza e il proprio impegno nella sensibilizzazione sul dono della vita. Dall'altro, Limo Comunicazione, con la sua esperienza come società benefit, sottolinea l'importanza di portare nelle aziende messaggi che abbiano un impatto positivo sul tessuto sociale. La sinergia tra questi attori permette di veicolare un messaggio potente e trasformativo, capace di unire persone e organizzazioni attorno a valori universali. Per le aziende, partecipare a "L'amico che non conosco" rappresenta un'occasione concreta per fare la differenza. Portare questi temi nelle imprese significa non solo sensibilizzare, ma anche dimostrare che è possibile integrare responsabilità sociale e crescita umana all'interno del proprio operato quotidiano.



Ufficio Stampa Centro Servizi Vol.To ETS – Volontariato Torino - Tel 800 59 00 00

È un servizio gratuito realizzato da Csv Vol.To
per promuovere il volontariato e la cultura della solidarietà