

07 Maggio 2015

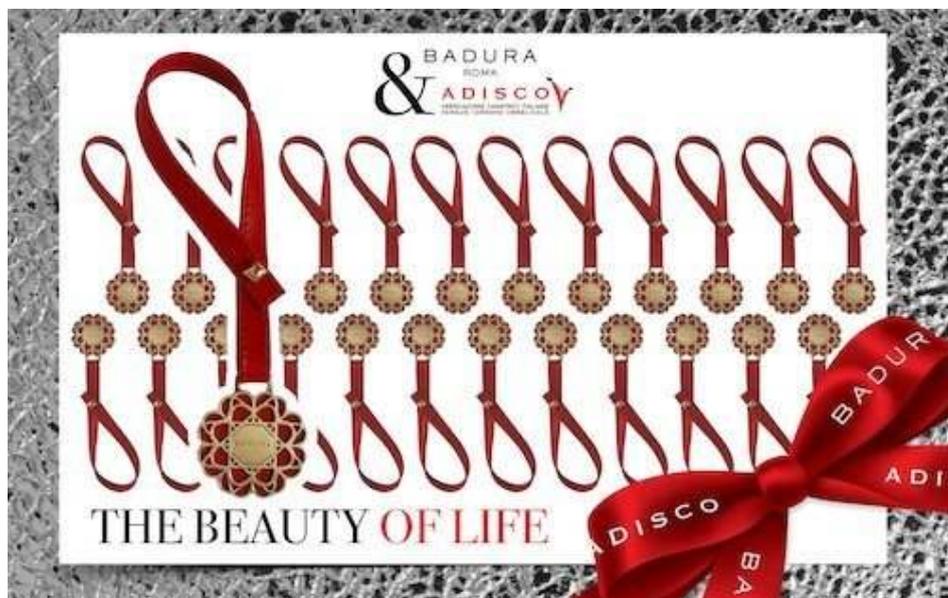
Badura e ADISCO collaborano per sostenere il Made in Italy

Cultura dell'eccellenza per creare un prodotto che esalta l'esclusività e l'originalità di chi lo disegna e realizza quanto di chi lo acquista o lo regala, e cultura della solidarietà che affonda le sue radici nell'impegno del volontariato e della società civile per sostenere l'eccellenza della ricerca e dell'innovazione per terapie consolidate e avanzate nel campo delle cellule staminali del sangue cordonale. E' questo l'intento del marchio italiano di borse di lusso (che nel novembre del 2014 ha aperto il suo primo negozio monobrand a Roma, zona Tridente) con la creazione di una linea di accessori in edizione limitata a sostegno dell'associazione ADISCO.



“Non è la prima volta che scegliamo di sostenere un'associazione no profit”, afferma Aleksandra Badura, l'imprenditrice e designer polacca spostata ad un italiano che ha fondato l'azienda nel 2011 e la dirige, curando personalmente ognuno dei piccoli “gioielli di puro artigianato italiano” che realizza. “Tuttavia, scoprendo la ventennale storia di ADISCO (Associazione Donatrici Italiane Sangue Cordone Ombelicale) e la sua *mission* così proiettata verso il futuro, vi ho trovato un'identificazione con il nostro modo di vedere l'impresa che concilia emozione e rigore, quindi ho aderito con gioia a questa collaborazione per aiutare a diffondere l'informazione sulla donazione di sangue cordonale che avviene al momento della nascita”.

Il Presidente di ADISCO Nazionale, Gloria Pravatà, aggiunge: “La nostra associazione, unica in Europa dedicata a questo scopo e che ad ottobre celebra i 20 anni di vita, ha cominciato a sensibilizzare poche donne per scopi sperimentali, quando si affacciava questa possibilità di usare le staminali contenute nel sangue cordonale, come potenziale alternativa a quelle contenute nel midollo osseo, contribuendo ad offrire, una volta consolidate le evidenze cliniche, grazie alla solidarietà di migliaia di coppie, una terapia salvavita per persone malate di leucemie, linfomi e altre malattie del sistema immunitario e metabolico che non avrebbero avuto altre opportunità di cura. Ora, dopo 20 anni, il nostro obiettivo è di contribuire come Paese, a sostenere la crescita di un registro mondiale, cui attingono ematologi di tutto il mondo, con l'ingresso di circa 5.000 unità l'anno di unità donate.



"Ma non solo", continua la Pravata, "la nostra ambizione è anche quella di favorire lo sviluppo di *trials* clinici per utilizzare le staminali non idonee per il trapianto, nel campo della medicina rigenerativa. Direi che il nostro *claim*, studiato con Badura ("The beauty of life") è l'augurio che vogliamo porgere a tutti gli italiani per tornare a crescere, come Nazione, sia grazie all'unico e inimitabile Made in Italy, sia grazie alle eccellenze di cui possiamo essere orgogliosi, sia nella ricerca, nella cura e nella solidarietà".

Badura dà così vita a una nuova linea di accessori: portacocchiali, portabiglietti da visita e un charm portachiavi, legati dall'unico filo conduttore delle tonalità decise del rosso, il colore simbolo di ADISCO.

La linea di accessori è oggetto di una presentazione ufficiale il 7 maggio, in occasione della festa della mamma, con un cocktail party nello store capitolino del brand, nel cuore di Roma, in Via Mario de' Fiori 9-10. La vendita continuerà sull'e-shop, per rinnovare questa gara di solidarietà.



Nelle sue produzioni, in generale Badura punta sull'estetica del design, la scelta dei materiali e la raffinatezza delle finiture per offrire pezzi che "non si ripetono". Badura rende i suoi modelli unici utilizzando per gli interni vitellini diversi da modello a modello, per grana, sfumature e colore, dettagli in oro chiaro satinato o silver rodriato e un'attenta selezione dei pellami pregiati, dal coccodrillo al bufalino, dallo struzzo all'anguilla fino al serpente d'acqua.

Di **Gianluca Bolelli**

Copyright © 2015 FashionMag.com Tutti i diritti riservati.