



“The Condom Mob” Cesvi firmato da Now Available emulato in Israele presso l’Università di Tel Aviv

Il primo “flash mob” all’interno di un mega preservativo che la onlus di Bergamo aveva organizzato lo scorso 3 dicembre presso la IULM di Milano per sensibilizzare l’opinione pubblica sull’importanza della prevenzione da HIV & Aids, è stato premiato da AssoComunicazione come miglior campagna di marketing esperienziale.

Milano, 14 maggio 2010. La campagna di sensibilizzazione alla prevenzione da HIV&Aids “**The Condom Mob**” che la organizzazione umanitaria indipendente **Cesvi** (www.cesvi.org) aveva promosso lo scorso 3 dicembre presso la Libera Università di Lingue e Comunicazione **IULM di Milano**, è stata emulata in **Israele** all’interno dell’**Università di Tel Aviv**.

Come diffuso da **Repubblica TV** (<http://tv.repubblica.it/mondo/israele-maxi-profilattico-contro-l-aids/47083?video>), l’iniziativa di una nota azienda che produce profilattici richiama nella strategia di coinvolgimento degli studenti, nelle sue finalità di raccolta fondi e nella sua “provocazione”, il **primo flash mob** all’interno di un mega preservativo di Cesvi, firmato dalla agenzia di comunicazione **Now Available**

Una significativa conferma della efficacia della campagna sociale di Cesvi che a dicembre aveva già fatto parlare centinaia di media di tutto il mondo e che proprio ieri sera ha ricevuto a Milano il **Premio Freccia D’Oro** per il Marketing e la Comunicazione di Relazione come **miglior campagna “Experiential Marketing”**.

Unica differenza sostanziale: nelle misure del preservativo gigante installato all’interno delle due Università. Quello israeliano, si legge, è lungo oltre 8 metri, mentre quello italiano di Cesvi superava i 13 metri.

Su **YouTube**, il video dello straordinario **flash mob** di **Cesvi** a Milano ha già abbondantemente superato le 50.000 visite. (<http://www.youtube.com/watch?v=t6wXK1NuUxg>)