Fastweb e LILT Milano uniti nel mese della prevenzione del tumore al seno

Milano, 1 ottobre 2019 – Fastweb sostiene LILT Milano nel mese della prevenzione del tumore al seno aderendo alla campagna Nastro Rosa rivolta alle donne e organizza un'iniziativa speciale dedicata a tutte le proprie dipendenti. Grazie all'intesa con LILT, Fastweb donerà infatti a oltre 1.000 dipendenti una visita gratuita per la diagnosi precoce del tumore al seno presso gli ambulatori LILT diffusi in tutta Italia.

Ma non solo. Fastweb estenderà l'iniziativa anche alle proprie clienti mettendo a disposizione su liveFAST, il programma completamente gratuito e digitale che ogni mese premia la fedeltà dei propri clienti con servizi innovativi e vantaggi esclusivi, 100 coupon per effettuare altrettante visite gratuite.

Per testimoniare anche visivamente il proprio sostegno alla campagna Nastro Rosa, da oggi e per tutta la giornata di domani 2 ottobre la società "tingerà" di rosa, sostituendo per la prima volta il "giallo" istituzionale Fastweb, i canali social Facebook, Twitter, Linkedin e Instagram, oltre che i banner e le comunicazioni TV. Inoltre, cliccando sul Nastro Rosa presente in tutte le pagine dei propri siti web fastweb.it e fastweb/corporate.it gli utenti verranno reindirizzati su una landing page creata appositamente per l'iniziativa.

"Prevenire e arrivare prima: due armi preziose a disposizione delle donne per sconfiggere il tumore al seno – sottolinea il professor Marco Alloisio, presidente di LILT Milano -. La percentuale di guarigioni oggi è arrivata all'87% a 5 anni dalla diagnosi. Numeri che possono aumentare ancora anche grazie a partner come Fastweb, che ha a cuore la salute delle dipendenti e delle clienti e che collabora con noi a diffondere la cultura della prevenzione. Essere uniti contro il cancro al seno è l'unica strada per vincere la malattia".

"Siamo veramente orgogliosi di aderire alla campagna Nastro Rosa di LILT perché ci dà la possibilità non solo di offrire un sostegno tangibile all'iniziativa ma soprattutto di coniugare le nostre attività di Corporate Social Responsibility con il welfare aziendale, a dimostrazione del fatto che la "responsabilità sociale" dell'azienda parte dalla responsabilità verso le nostre colleghe, passando da iniziative concrete a supporto della prevenzione e della diffusione di una cultura della consapevolezza" dichiara Roberto Chieppa, Chief Marketing & Customer Experience Officer di Fastweb.

Per informazioni:

Ufficio Stampa Fastweb spa
Roberta Dellavedova
T. 02 4545 4365
Roberta.dellavedova@fastweb.it