



Torna Shopping4good, campagna di sensibilizzazione e fondi di QVC Italia

Descrizione

(Adnkronos) Anche quest'anno, per tutto il mese di ottobre, torna Shopping4good, l'iniziativa con cui QVC Italia rinnova il proprio impegno a sostegno di importanti cause legate al benessere femminile.

Ogni edizione si ricorda in una nota devolve l'intero ricavato alla causa sostenuta ed è accompagnata da una campagna di comunicazione dedicata, pensata per informare, sensibilizzare e promuovere una maggiore consapevolezza sul tema scelto.

In occasione del mese dedicato alla prevenzione dei tumori femminili, QVC rinnova il proprio sostegno a Fondazione Umberto Veronesi ETS, con cui collabora da oltre dieci anni. Grazie a questa partnership sono già state finanziate 30 borse di ricerca, contribuendo al lavoro di ricercatrici e ricercatori impegnati nello sviluppo di nuove cure contro i tumori femminili. Perché dietro ogni diagnosi c'è una persona, una famiglia e una storia che merita nuove prospettive. Ogni anno oltre 55.000 donne in Italia affrontano un tumore al seno, ma i continui progressi della ricerca scientifica e il valore della diagnosi precoce stanno cambiando il futuro di questa malattia.

È proprio da questa consapevolezza che nasce la campagna 2026 di Shopping4good: "Nessuna affronta il tumore da sola. Nemmeno la ricerca. Sostienila.", con cui QVC invita a riflettere sull'importanza della vicinanza e della solidarietà lungo il percorso di cura. Attraverso le testimonianze di coppie che hanno vissuto in prima persona il percorso della malattia insieme, la campagna racconta il ruolo fondamentale di partner, familiari, amici e personale sanitario, ricordando che, come nessuna persona dovrebbe affrontare la malattia da sola, anche la ricerca ha bisogno del contributo di tutti per continuare a trasformare la speranza in nuove possibilità di cura.

Partecipare a Shopping4good è semplice. Per tutta la durata della campagna e fino al 30 novembre, sarà possibile acquistare sul sito www.qvc.it alla pagina dedicata i prodotti selezionati dai brand partner oppure aggiungere a qualsiasi acquisto effettuato nel periodo dell'iniziativa una cartolina della campagna contenente alcuni consigli dedicati alla salute e alla prevenzione, realizzati dagli esperti di Fondazione Umberto Veronesi ETS, dal valore di 1, 3 o 5 euro. L'intero ricavato, al netto dell'IVA, sarà devoluto a Fondazione Umberto Veronesi per supportare la ricerca sui tumori

femminili.

Tra le novità dell'edizione 2026 il nuovo charity item, una pochette in pelle firmata Le Corone Bags, realizzata in esclusiva da QVC Italia per Shopping4good e disponibile al prezzo di 34,90 euro. Il design elegante e sobrio della pochette la rende un accessorio versatile e prezioso, un oggetto che le donne porteranno con sé come testimonianza tangibile del loro contributo alla ricerca.

Shopping4good rappresenta uno dei pilastri più autentici del nostro impegno sociale. È un progetto che coinvolge la nostra community, i nostri partner e i nostri clienti in un gesto concreto di solidarietà a favore della ricerca scientifica. Con la campagna di quest'anno vogliamo ricordare che dietro ogni percorso di cura ci sono persone, relazioni e affetti che meritano di essere sostenuti. Allo stesso tempo abbiamo scelto di dare voce ai brand che condividono questo impegno, perché ogni contributo nasce da una scelta consapevole e insieme si può fare la differenza nella vita di tante persone e delle loro famiglie, afferma Sarah-Jane Morgan, CEO di QVC Italia.

Shopping4good è infatti il risultato di un impegno condiviso. Accanto a QVC Italia ci sono numerosi brand partner che ogni anno scelgono di contribuire concretamente alla raccolta fondi, mettendo a disposizione una selezione dei propri prodotti. Un gesto che va oltre la semplice adesione a un'iniziativa solidale e che testimonia la volontà di sostenere la ricerca scientifica e promuovere la cultura della prevenzione. Per l'edizione 2026 alcuni Brand Expert hanno scelto di raccontare il significato di questo impegno attraverso una serie di video dedicati. Testimonianze autentiche che danno voce alle persone dietro i marchi, condividendo le motivazioni che le hanno spinte a sostenere Shopping4good e il valore che la ricerca scientifica e la prevenzione rappresentano per loro. Perché ogni prodotto racconta una storia e ogni scelta può contribuire a fare la differenza.

Questi i brand che quest'anno hanno aderito a Shopping4good: Alpha-H, Athleas, Carillo, Cookut, Ebarrito, Elizabeth Grant, Elle Get the look, Foppapedretti, Greenpan, Guzzini, Intimina, KHARISMA, Kitchen Aid, Le Corone Bags, Lucrezia Sciortino, M.Asam, Moneta, N1 Perfetto, Nina Leonard, Nutribullet, Officina della moda, Oniusa, RGV, Rebeya, Rougj, SBC, Skinsense, Stylpro, The Beauty Biologist, Uppy, VY Milano, Waschies.

L'iniziativa Shopping4good sarà presentata ufficialmente il prossimo 5 ottobre alle ore 20.00 con uno speciale Live Show multiplatforma, in onda sul canale 32 del digitale terrestre e in streaming su www.qvc.it e QVC+. L'evento vedrà la partecipazione di Paolo Veronesi, Presidente di Fondazione Umberto Veronesi ETS, e ospiterà le testimonianze delle coppie protagoniste della campagna, che racconteranno il ruolo fondamentale del sostegno delle persone care. Il Live Show vedrà inoltre la partecipazione di Michela Coppa, Wellbeing Expert di QVC, che contribuirà ad approfondire i temi del benessere, della prevenzione e dell'importanza di prendersi cura di sé. Inoltre domenica 18 ottobre QVC Italia parteciperà alla PittaRosso Pink Parade di Milano coinvolgendo tutti i team member, per sensibilizzare il pubblico sull'importanza della prevenzione e sostenere la ricerca sui tumori femminili.

?

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Settembre 30, 2026

Autore

redazione

default watermark