Sandía Fashion® presenta su campaña más emotiva en primavera de 2021

Se acerca el verano y, con él, el buen tiempo y las ganas de divertirse. Así, Sandía Fashion va a empezar su campaña 2021 más emotiva con el claim *Ponle corazón en la vida*. Una campaña llena de vida bajo el paraguas de tres interesantes acciones: un spot diferente, lleno de vida y creatividad pop up; diferentes capítulos con influencers y rostros conocidos

y su especial *Proyectos que laten*, un grito de esperanza a pesar de la realidad paralela en la que estamos inmersos con proyectos solidarios muy especiales.

Se trata de una idea muy humana cuyo objetivo es acercar a la ciudadanía diferentes proyectos que le hagan vibrar. De este modo, las asociaciones sin ánimo de lucro podrán participar en cualquiera de las cuatro categorías. Las campañas presentadas serán votadas por el público y optarán a diferentes premios.

Y es que, si le pones corazón a la vida todo es posible. El Covid ha hecho que tanto la sociedad como las empresas se tengan que adaptar a la situación, pero también ha conseguido que sean más solidarias que nunca. En este contexto, Sandía Fashion, acaba de lanzar la primera edición de 'Proyectos que laten', con el positivo mensaje "Ponle corazón a la vida".

Con ella buscan que las empresas, agrupaciones o asociaciones puedan hacer realidad un proyecto que aporte beneficios a la sociedad en cualquiera de sus 4 categorías: Deporte, familia, salud y sostenibilidad. De este modo, lanza su campaña de verano 2021 invitando a la gente a vivir la vida.

Sandía **Fashion, "Ponle corazón a la vida".**

En Grupo AGF están convencidos del valor del corazón para adaptarse a las circunstancias, levantarse y luchar. De hecho, el corazón es la seña de identidad de Sandía Fashion, desde que, en 2010, fue avalada por la Fundación Española de este órgano, con un compromiso que se plasma incluyendo el sello de PASFEC en el sticker de cada uno de sus productos. Así, la etiqueta, que además fue diseñada por Agatha Ruiz de la Prada, es la imagen de la marca líder entre los consumidores.

Con esta campaña, que engloba multitud de acciones, pretenden que la sociedad se una por un bien común como es mejorarla a través de acciones y proyectos creativos. En '*Ponle corazón a la vida*' la protagonista es María, una niña mágica que, bajo un entorno Pop up, alegra e ilumina cada paso. Así, recorriendo la ciudad, se encuentra con diferentes personajes hasta que llega a una plaza, donde está su frutero de siempre, y aparece el esperado cartel de *Reabrimos*. Como tantos otros pequeños empresarios y autónomos, tuvo que cerrar el negocio con la pandemia, pero lo acaba de volver a abrir. Cuando levanta la mirada, ve que tiene a sus vecinos haciendo cola para apoyarle, dándole a entender que "**Todo va a ir bien**". Un grito de esperanza que todos los locales necesitan, para volver cuanto antes a una buena situación.

Influencers de la talla de Patry Jordan, el chef Sergio Fernández, el actor David Muro y Sara Travel, serán algunas de las caras visibles de esta nueva acción.

Estos serán solo alguno de los rostros conocidos de las 4 disciplinas que apostarán por esta novedosa campaña.

La Responsabilidad Social, otro eje de valor en Grupo AGF

Según apunta Joaquín Hidalgo, director general del grupo AGF, “creemos que ahora es el momento de dar un paso más; las marcas tenemos una gran responsabilidad con la sociedad. Por ello queremos con la campaña Proyectos que laten poner nuestro grano de arena y ayudar con acciones en la que se impliquen tanto empresas como la sociedad en general formando un corazón que late”. En conclusión, Grupo AGF le pone corazón a la vida, siendo el compromiso con los ciudadanos y el planeta el top of mind de Sandía Fashion de ahora en adelante. Así que recuerda, “Ponle corazón a la vida”.