



Coincidiendo con la celebración del Día Internacional del Niño con Cáncer

La Comunidad apoya la lucha contra el cáncer infantil con la cesión de soportes publicitarios en la red de Metro a tres entidades sociales

- Se emitirán dos spots a lo largo del día de hoy en las pantallas de Canal Metro
- Metro ha cedido un circuito de publicidad durante casi un mes a la Fundación Blas Méndez Ponce

15 de febrero de 2016.- La Comunidad de Madrid se une al Día Internacional del Niño con Cáncer poniendo a disposición de esta causa las instalaciones de la red de Metro para sensibilizar y concienciar a los viajeros, aprovechando su gran potencial como canal de comunicación.

Es el segundo año en el que Metro colabora con esta iniciativa. En este caso, ha acordado con tres entidades sociales otras tantas acciones de difusión orientadas a aumentar el número de donaciones de médula, a lograr fondos para financiar proyectos de investigación sobre el cáncer infantil y a lograr fondos para la realización de programas de ocio y tiempo libre para mejorar la calidad de vida de niños con cáncer y sus familiares.

Así, la Fundación Blas Méndez Ponce, de ayuda al niño oncológico y de difícil curación, cuenta, desde el pasado 26 de enero, con un circuito de publicidad en las instalaciones de la red para difundir su campaña de captación de socios para financiar distintos programas socioeducativos, de voluntariado y asistenciales que tienen como objetivo paliar los cambios que se dan en el niño y en su núcleo familiar, mediante actividades de ocio y tiempo libre, considerando al niño enfermo protagonista de su propio desarrollo.

Los soportes publicitarios, distribuidos por andenes de toda la red de Metro, tendrán esta cartelería hasta el próximo día 22 de febrero.

Además, Canal Metro de Madrid, con 200 pantallas distribuidas en los andenes de la red de Metro, exhibirá a lo largo de todo el día de hoy dos spots grabados íntegramente en las instalaciones de Metro. Se trata del spot realizado por el grupo de voluntarios “Unidos por la médula”, en el que un niño que ha superado la enfermedad anima a los viajeros a convertirse en “superhéroes” superando el





miedo a donar médula.

Se emitirá también a lo largo de todo el día el spot realizado por la Fundación Uno Entre Cien Mil, que trabaja en la creación de proyectos sociales innovadores cuyos beneficios son destinados anualmente a una beca de investigación contra la leucemia infantil. Con el spot, rodado también en las instalaciones de Metro, se pretende animar a los viajeros de Metro a colaborar con el proyecto Corre.

Este proyecto es la iniciativa emblema de la Fundación y consiste en un dorsal solidario que se puede adquirir por SMS (enviando AYUDA CORRE al 28099) o vía web y que puede usarse en el contexto y momento que el viajero lo desee.

Esta colaboración se enmarca en la línea social de Metro de Madrid que, durante 2015 y gracias a la colaboración con alrededor de 60 entidades distintas, ha permitido la realización de 65 acciones de carácter social y la movilización de 144 voluntarios de Metro, que realizaron 652 horas de voluntariado.

