

---

## Tumori del sangue: Ail, partita la nuova campagna "Non vedo l'ora"

La nuova campagna dell'Associazione italiana contro leucemie, linfomi e mieloma (Ail) "Non vedo l'ora", firmata da Gibbo&Lori con Paolo Lentini, pone l'attenzione sul vissuto emotivo dei pazienti ematologici. La diagnosi di un tumore del sangue stravolge la quotidianità dei pazienti e dei loro cari, ci si ritrova a dover affrontare un lungo, complesso percorso terapeutico, spesso anche lontano da casa. Tutto ciò che fino a poco prima era normale, ripetitivo e dato per scontato viene a mancare di colpo e non si vede l'ora di riaverlo. Partecipare alla riunione di condominio, fare i compiti di matematica con i figli alla sera, cercare parcheggio... è possibile che al mondo ci siano persone che non vedono l'ora di vivere momenti come questi? Sì, perché la leucemia ti toglie la vita quotidiana, ti fa sentire la mancanza dei momenti semplici e belli, e persino dei meno belli, delle piccole seccature quotidiane. I piccoli gesti e le abitudini di ogni giorno che troppo spesso vengono date per assodate, rappresentano il sogno di un ritorno alla normalità. Lo spot narra il percorso sofferto affrontato dai pazienti e dai loro familiari e rappresenta l'impegno concreto dell'Associazione che contribuisce a ridare loro la vita di tutti i giorni. "Lo spot traduce in modo assai efficace come Ail sostiene le necessità dei pazienti, in tutta Italia, attraverso i servizi socio-sanitari che mette in campo per restituire il più possibile un ritorno alla normalità. Cerchiamo di alleviare le paure e i bisogni dei malati con l'obiettivo di sensibilizzare costantemente anche le istituzioni a non lasciarli soli", afferma Giuseppe Toro, presidente nazionale dell'Ail. La campagna "Non vedo l'ora", realizzata in collaborazione con la sezione Ail di Milano, è stata girata con il regista Tobia Passigato in un'ala dismessa dell'ospedale Niguarda di Milano. Partendo da una stanza vuota, la casa di produzione The BigMama ha progettato e realizzato una camera sterile con un vetro per dividere i due protagonisti. Parte delle scene sono state girate senza vetro per non rendere troppo evidente il riflesso e permettere così di mantenere il colpo di scena finale. La riuscita emotiva dello spot è stata ottenuta anche grazie all'interpretazione degli attori, Laura Serena e Andrea Carabelli. Da oltre 50 anni, Ail con le sue 83 sezioni provinciali in tutta Italia, promuove e sostiene la ricerca scientifica per la cura dei tumori del sangue, assiste i malati e le loro famiglie accompagnandoli nel corso della malattia, offrendo loro servizi, conoscenza e comprensione. "Migliorare la qualità di vita del malato" è obiettivo essenziale dell'Associazione italiana contro leucemie, linfomi e mieloma. Ail finanzia in tutta Italia progetti di assistenza e di ricerca di alto valore scientifico e sanitario. Annualmente (dati 2022) l'Associazione sostiene 111 Centri di Ematologia, garantisce cure domiciliari a 1502 pazienti in 26 province, accoglie 1330 ospiti presso le Case alloggio Ail in 33 province sul territorio, offre supporto a 7.303 tra pazienti e familiari/caregiver attraverso l'erogazione di servizi socio-assistenziali durante tutte le fasi della malattia. <https://www.youtube.com/watch?v=JE7eSc9IHlw>

Gigliola Alfaro