

INIZIATIVE

▷ Qui Cernusco: prove tecniche di nuovo mutualismo

Solidarietà, mutualità e sussidiarietà sono le tre parole chiave attraverso le quali ha scelto di operare la Fondazione Cernusco Sms. Un'opera che ha a cuore il bene comune e l'idea che per coltivarlo, come titolava il convegno tenutosi lunedì 4 giugno alla Casa delle Arti di Cernusco Sul Naviglio, occorra "Far vivere l'albero degli ideali, oggi".

Alla serata, coordinata da Riccardo Bonacina, ha partecipato con una lectio il professor Luigino Bruni, economista e storico del pensiero economico, ordinario di economia politica alla Lumsa di Roma. Bruni ha introdotto il tema del "capitale narrativo" ovvero la necessità, per il Terzo settore, di capire «quali buone strade di futuro percorrere affinché gli ideali possano continuare a nutrire la coscienza del mondo». «Oggi», ha spiegato Luigino Bruni, «leggiamo i problemi nel quadro dell'opposizione "egoismo-altruismo". Ma è un'ottica deformata e deformante. Se invece li leggiamo nell'ottica del principio cooperativo, possiamo tornare a sperare, investendo tempo e lavoro in un capitale narrativo nuovo». Ed è proprio quello che sta iniziando a fare la Fondazione Cernusco Sms. Una realtà che non si pone in conflitto, ma in spirito di aperta cooperazione e collaborazione con tutte le altre realtà – e sono state ben rappresentate, nel corso della serata, da Avis, Acli, L'Aurora Opere educative, Caritas cittadina – del territorio cernuschese. **Una dimensione, quella della Fondazione Cernusco Sms, che vuole essere di attivazione civica e sociale, non di rendita.** Perché la rendita, ha concluso il professor Bruni «è una malattia parassitaria che ci fa dimenticare le domande, fissandoci sulle risposte». Per prima cosa, dunque, occorre ritornare a quelle domande. Le stesse che, nella storia del mutualismo italiano, hanno reso forti e vive le radici della cooperazione, della sussidiarietà e della solidarietà.

Marco Dotti

Campagne, la lezione del Museo Egizio

▷ *Assegnato al gruppo "i-Digital" il premio Wmf Award Vita sotto lo slogan "Il museo è di tutti"*

COMUNICAZIONE

La VI edizione del Web Marketing Festival, l'evento italiano più importante sull'innovazione digitale e sociale, ha visto oltre 400 tra speaker e ospiti da tutto il mondo animare 45 tra sale formative e workshop. Una kermesse che si è confermata sempre più ricca di novità. Tra queste spiccano le inedite e prestigiose collaborazioni per i Wmf Awards – I Premi del Web Marketing, riconoscimenti che il Festival consegna a personalità, aziende, enti e istituzioni che si sono distinte grazie a

iniziative e campagne di comunicazione digitali innovative, efficaci e originali. In particolare quest'anno Wmf ha unito le forze insieme a *Vita* lanciando una call per assegnare un riconoscimento alla migliore campagna di comunicazione innovativa sul tema integrazione sociale.

Il premio, denominato Wmf Award Vita, è stato assegnato al gruppo "i Digitals" per la campagna del Museo Egizio di Torino con lo slogan «Il museo è di tutti». Una proposta che, partendo dall'idea che la cultura sia di e per tutti, prevede riduzioni e sconti per bambini e ragazzi dagli 0 ai 18 anni, over 60, per la festa della donna, per il compleanno, per la festa della mamma e del papà, per San Valentino, per gli studenti universitari e per i cittadini di lingua araba. «"i Digitals" è il nickname che si sono dati i ragazzi del primo anno della Scuola Holden di Alessandro Baricco dove insegno», spiega il presidente della giuria Paolo Iabichino, direttore creativo di Ogilvy & Mather, «ed è per questo



motivo che mi sono astenuto dalla votazione. Devo dire che tutti i lavori presentati erano bellissimi. La giuria ha deciso di premiare questi ragazzi perché la loro proposta era molto professionale. Credo sia stato questo aspetto a sbaragliare la concorrenza».

La conferma arriva da Rossana Cavallari, giornalista ed esperta di comunicazione sociale e membro della giuria: «Abbiamo voluto valorizzare quelli che saranno i comunicatori di domani, che hanno una visione altra delle

tematiche sociali. Un buon auspicio di quello che sarà il mondo della comunicazione di domani». La cosa che ha più colpito Cavallari «è che i giovani di oggi, contrariamente a quello che si dice, sono inseriti nel contesto socio-culturale nel quale vivono e sono ampiamente in grado di dare risposte e soluzioni alle sfide della contemporaneità».

Un segnale molto forte che il Festival ha lanciato. «Ogni premio», ha concluso Iabichino, «serve anche per dare dei messaggi: i ragazzi di "i Digitals" dimostrano che si possono fare cose di grandissimo valore partendo dal basso».

Lorenzo Maria Alvaro

Questa iniziativa era stata al centro di una polemica fra il direttore del museo e Giorgia Meloni