

Le Fondazioni: un immenso bene italiano

Rimini, 8 settembre 2016 – Qual è in termini essenziali la vocazione delle Fondazioni di origine bancaria? Un video di animazione, a cura di Acri con la collaborazione di Pubblicità Progresso, prova a raccontarlo, senza ripercorrere la loro storia, ma illustrandone semplicemente il ruolo nella realtà d'oggi. Dura appena cinquanta secondi ed è online (<http://unimmensobeneitaliano.acri.it>), in occasione del lancio della quarta Giornata Europea delle Fondazioni, che verrà celebrata in tutta Italia sabato 1° ottobre.

La matita agile e fresca di Michel Fuzellier – già presidente di Asifa Italia (Association Internationale du Film d'Animation) e nel 2016 Premio alla Carriera di Cartoons on the Bay – traccia con pochi segni la presenza dinamica delle Fondazioni sui territori. <<Più di ogni altro concetto – afferma Giuseppe Guzzetti, presidente di Acri – evoca la loro capacità di farsi attivatori sociali, mobilitando e interconnettendo reti di impegno pubbliche e private, per raggiungere obiettivi comuni di interesse sociale>>.

Ma cosa succederebbe se le Fondazioni di origine bancaria non ci fossero? Si perderebbe quello che i creativi di Pubblicità Progresso (il suo presidente Alberto Contri, con Roberto Fiamenghi e Andrea Concato) autori pro-bono della campagna, insieme all'Area Comunicazione di Acri, hanno definito "Un immenso bene italiano", payoff dell'intera iniziativa di comunicazione. Hashtag: [#unimmensobeneitaliano](#) .

"Le Fondazioni di origine bancaria sostengono chi fa del bene e incoraggiano la germinazione del bene. Supportano il volontariato e tutti gli enti, organizzazioni e reti capaci di collaborare e realizzare insieme cose buone e belle per i territori e per il Paese" recita il video, che prosegue entrando nel dettaglio: *"progetti in campo educativo, sociale, culturale, ambientale e della ricerca. Iniziative che aggiungono qualità alla vita di ognuno di noi. E le donazioni dal 2000 sono state di 20 miliardi di euro. Avete capito bene"*. Quanti progetti sono stati sostenuti con queste risorse!

La campagna di comunicazione propone anche una mappa online collegata al video – navigabile e zoomabile sulla singola regione, condivisibile sui social network e accessibile anche su smartphone e tablet – che accoglie una selezione dei progetti più rappresentativi delle Fondazioni, ciascuno individuato da un'icona di geolocalizzazione collocata nell'area in cui il progetto è stato realizzato. E poi ci sono le immagini per la pubblicità tabellare: quella complessiva e quella che focalizza i principali settori di intervento.

Di seguito gli slogan: 1. Le Fondazioni di origine bancaria – Incoraggiano la germinazione del bene; 2. Arte e cultura – Una passione che ha radici antiche; 3. Bambini, anziani, persone in difficoltà – Al centro del nostro impegno sociale; 4. Comunità, ambiente, territorio – Per migliorare i luoghi

del nostro vivere; 5. Innovazione e ricerca – Una vocazione scritta nel nostro Dna; 6. Scuola e formazione – Lo sguardo ai protagonisti del futuro.