



FONDAZIONE PER LA
COMUNICAZIONE SOCIALE

Comunicato Stampa

#INTEGRATION

**AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA DEL PROGETTO "LE NOSTRE CITTÀ INVISIBILI.
INCONTRI E NUOVE NARRAZIONI DEL MONDO IN CITTÀ"**

*A favore della cultura dell'integrazione come valore essenziale di una società multietnica
promossa da Pubblicità Progresso e ACRA*

Milano, 12 marzo 2019 – ***"L'integrazione è così semplice che la capisce anche un bambino. Siamo voluti partire da questo concetto, dall'innocenza e dalla spontaneità con cui i bambini affrontano il tema della necessaria integrazione, all'ordine del giorno in molti paesi europei sempre più alle prese con una nuova forma di società multietnica. Questa campagna di sensibilizzazione usa il linguaggio di una fresca ironia, che nasce dalla spontaneità dei bambini che per loro natura non hanno pregiudizi nei confronti di chi è apparentemente diverso".*** È ciò che afferma **Alberto Contri** – Presidente della **Fondazione Pubblicità Progresso** – nel presentare l'impegno della Fondazione nella campagna di sensibilizzazione a sostegno del progetto guidato da **ACRA "Le nostre città invisibili - Incontri e nuove narrazioni del mondo in città"**, denominata **#IntegrAction**.

La campagna, promossa dalla **Fondazione Pubblicità Progresso insieme ad ACRA e con il supporto scientifico di Fondazione ISMU**, e firmata da **Bedeschi Film e Acqua Group**, nasce dalla volontà di far riflettere sulla necessità di imparare a vivere in una società capace di far convivere le diverse identità culturali che la abitano, mirando a creare un nuovo lessico comune in grado di uscire dalla logica emergenziale in cui spesso va a ricadere l'argomento.

Per raggiungere tali obiettivi è necessario non solo sensibilizzare l'opinione pubblica, ma anche sottolineare il modo in cui le diverse culture interagiscono nella quotidianità e contribuiscono allo sviluppo delle nostre società. Da questo spunto si sviluppa la scelta di mettere in risalto, all'interno della campagna, il pensiero dei bambini, partendo dalla scuola, luogo in cui l'integrazione avviene già, ogni giorno. *"Ridare il valore corretto alle parole innanzitutto partendo dalla voce di chi pregiudizi non ha perché guarda la diversità come una ricchezza e non come un problema"* afferma **Valentina Rizzi**, Responsabile del Programma Italia-Europa di ACRA.

*"Siamo felici – dichiara **Giovanni Bedeschi**, fondatore di **BedeschiFilm** – di aver contribuito all'esecuzione di questa bellissima campagna a favore dell'integrazione, tema sempre più*



FONDAZIONE PER LA
COMUNICAZIONE SOCIALE

attuale. Come Bedeschi film siamo da sempre sensibili alla comunicazione sociale e ai suoi benefici”.

*“Per Acqua Group - afferma **Davide Arduini**, Presidente di **Acqua Group** - è motivo di grande soddisfazione essere nuovamente al fianco di Pubblicità Progresso con l’ideazione creativa di una campagna che affronta il tema della cultura dell’integrazione”.*

Elogiare il valore della diversità, esaltare gli aspetti positivi che l’incontro tra diverse culture porta e che già oggi viviamo nella nostra quotidianità, è il concept della campagna: uno strumento per promuovere il dialogo e superare una lettura parziale del fenomeno migratorio.

Il progetto **“Le nostre città invisibili. Incontri e nuove narrazioni del mondo in città”**, guidato da ACRA, è co-finanziato dall’Agenzia Italiana per la Cooperazione e lo Sviluppo (A.I.C.S.), intende favorire il dialogo interculturale e valorizzare il contributo dei cittadini stranieri alla società italiana, mettendo in pratica azioni di conoscenza reciproca, come la realizzazione delle passeggiate urbane interculturali **Migrantour** (www.migrantour.org) proposte in 10 diverse città della penisola con lo scopo di dare un punto di vista inedito sui quartieri cittadini più multietnici.

Cercando di evitare inutili retoriche, la Fondazione Pubblicità Progresso e ACRA presentano una campagna pubblicitaria che punta a promuovere con ironia e semplicità il valore essenziale della diversità culturale e della cultura dell’integrazione nella nostra società.

Per mirare a questo ambizioso obiettivo, si è deciso di utilizzare tutti gli strumenti della comunicazione integrata multimediale: i media classici per portare l’attenzione sul tema, il web e i social media per approfondire e “viralizzare” le tematiche correlate, oltre a un corso di formazione dedicato a giornalisti intitolato “Comprendere e comunicare le migrazioni”.

Ufficio Stampa Pubblicità Progresso

Close to Media – società fondata da Elisabetta Neuhoff

Alessandro Pavanati, Alberto Selvatico

Tel. 02 70006237, 347 1265589

Email alessandro.pavanati@closetomedia.it, alberto.selvatico@closetomedia.it



FONDAZIONE PER LA
COMUNICAZIONE SOCIALE

Pubblicità Progresso www.pubblicitaprogresso.org

Attiva dal 1971 (prima come Associazione e poi, dal 2005, come Fondazione), “Pubblicità Progresso” è entrata nel vocabolario quotidiano degli italiani, diventando sinonimo di “pubblicità sociale”. Con la sua attività e grazie al contributo di chi ne fa parte (utenti, organizzazioni professionali, imprese e organizzazioni di mezzi, interassociazioni), Pubblicità Progresso ha promosso e promuove l’impiego della comunicazione sociale di qualità tra gli strumenti operativi di enti, istituzioni, pubblica amministrazione e organizzazioni non profit. Ha dimostrato concretamente l’utilità di un intervento più professionale nel campo della comunicazione sociale. Ha contribuito a valorizzare la pubblicità italiana e i suoi operatori. In virtù di tutto questo la Fondazione Pubblicità Progresso è oggi una delle espressioni più alte e rappresentative delle organizzazioni del mondo della comunicazione e dei professionisti che ne fanno parte.

ACRA www.acra.it

ACRA è un’organizzazione non governativa laica e indipendente, fondata a Milano nel 1968 e impegnata da 50 anni nel contrasto delle povertà attraverso soluzioni sostenibili, innovative e partecipate. ACRA lavora al fianco delle popolazioni locali in Africa, Asia e America Latina per il diritto d’accesso a cibo, educazione, acqua, energia di qualità e per la protezione e tutela dell’ambiente. In Europa e in Italia promuove una cultura di dialogo, integrazione, scambio interculturale e solidarietà. Da oltre 30 anni si occupa di informare, formare e sensibilizzare i cittadini italiani ed europei riguardo agli squilibri tra i Nord e i Sud del mondo al fine di promuovere un nuovo modello di cittadinanza, sempre più globale, in cui ognuno possa in modo più consapevole e responsabile contribuire per una società più equa, sostenibile e inclusiva.

Fondazione ISMU www.ismu.org

Fondazione ISMU - Iniziative e Studi sulla Multietnicità è un ente di ricerca scientifica indipendente. Dal 1993 ISMU è impegnato nello studio e nella diffusione di una corretta conoscenza dei fenomeni migratori, anche per la realizzazione di interventi per l’integrazione degli stranieri. ISMU collabora con istituzioni di governo a livello nazionale ed europeo, amministrazioni locali e periferiche, agenzie socio-sanitarie, istituti scolastici, università, centri di ricerca scientifica italiani e stranieri, fondazioni, biblioteche e centri di documentazione, agenzie internazionali e rappresentanze diplomatiche, associazioni del terzo settore, aziende e associazioni di categoria.

IL PROGETTO: “Le nostre città invisibili. Incontri e nuove narrazioni del mondo in città”



FONDAZIONE PER LA
COMUNICAZIONE SOCIALE

Progetto di educazione alla cittadinanza globale che ha come obiettivo il contrasto di rappresentazioni scorrette e discriminanti delle migrazioni e della diversità culturale. L'iniziativa, con capofila ACRA, è co-finanziata **dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione e lo Sviluppo (A.I.C.S)** e realizzata in partnership con ass. Amici di Sardegna, coop. Casba, Fondazione Pubblicità Progresso, Fondazione ISMU, ass. Next Generation Italy, Oxfam Italia, coop. Progetto Con-Tatto, ass. Trame di Quartiere, Viaggi Solidali, Comune di Milano, Città di Torino e International Research Centre on Global Citizenship Education - Università di Bologna. Il progetto ha l'obiettivo di coinvolgere gli attori chiave delle 10 città coinvolte (Torino, Milano, Genova, Firenze, Roma, Napoli, Bologna, Pavia, Catania e Cagliari) in un percorso di public engagement volto a condividere informazioni, strumenti e buone pratiche per rinnovare la narrazione e visione pubblica sul tema delle migrazioni. Attraverso passeggiate interculturali, formazioni per giornalisti, scambi tra amministrazioni locali, eventi e campagne di sensibilizzazione, l'iniziativa coinvolge 100 cittadini stranieri, 6.400 cittadini, 75 giornalisti, 1.000 operatori sociali, 1.500 insegnanti, 300 rappresentanti/funzionari di Enti Locali, 400 rappresentanti della società civile e istituzioni, 500 giovani, 1.000.000 di cittadini.

Progetto realizzato grazie al contributo dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo - www.aics.gov.it

I PARTNER DEL PROGETTO (in ordine alfabetico):

- ACRA - www.acra.it
- Associazione Amici di Sardegna - www.amicidisardegna.it
- Associazione Next Generation Italy - <https://nextgenerationitaly.com>
- Associazione Trame di Quartiere - www.tramediquartiere.org
- Città di Torino - www.comune.torino.it
- Comune di Milano - www.comune.milano.it
- Coop. Casba - www.coopcasba.org
- Coop. Progetto Con-Tatto - www.progettocontatto.it



FONDAZIONE PER LA
COMUNICAZIONE SOCIALE

- **Fondazione ISMU** - www.ismu.org
- **Fondazione Pubblicità Progresso** - www.pubblicitaprogresso.org
- **International Research Centre on Global Citizenship Education** - **Università di Bologna** - www.unibo.it
- **Oxfam Italia** - www.oxfamitalia.org
- **Viaggi Solidali** - www.viaggisolidali.it