



Caro Lettore

quando ero una giovane volontaria, fermavo per strada la gente per raccogliere fondi da destinare a quello che allora si chiamava *Terzo Mondo*; un giorno, una signora di mezza età mi carezzò la guancia e mi disse: *“Tesoro, aiutiamo i nostri figli!”*. La giudicai egoista e poco lungimirante; ma oggi, come donna impegnata nel sociale, quelle parole mi tornano alla mente: **il mio pensiero infatti non può non andare a Carolina di Novara, Manuel di Roma, Dario di Milano, Nadia di Cittadella, Giada e Ilaria di Messina, le giovani vittime del disagio e del cyber-bullismo che hanno cercato - e alcuni di loro purtroppo anche trovato - la morte proprio nel nostro Paese. Una sofferenza vicina ma sommersa, non per questo meno reale e meno bisognosa di ascolto.**

Così mi chiedo e chiedo a Lei: **siamo sicuri che i nostri bambini, i nostri ragazzi stiano bene?** Stiamo offrendo loro lo scenario giusto per vivere serenamente? Stiamo trasferendo loro messaggi di rispetto e di solidarietà utili a crescere cittadini attivi e responsabili?

Spinta da questi quesiti, **da ormai 12 anni dedico la mia vita all'associazione Cuore e Parole, da me fondata con l'obiettivo di promuovere sin dall'infanzia scelte socialmente consapevoli e sani stili di vita, organizzando laboratori, incontri e campagne di sensibilizzazione per le scuole italiane di ogni ordine e grado, in supporto alle Istituzioni.**

Per questo Natale, non ci impegneremo a portare l'acqua nel deserto o a combattere la fame nelle zone più povere, ma faremo l'unica cosa che possiamo fare, cioè agire sul territorio nel quale viviamo, per il quale siamo e vogliamo sentirci responsabili.

Ed è con l'aiuto della Sua azienda che possiamo intensificare la nostra azione concreta, a partire dalla “seconda casa” dei minori, la scuola, amplificando la cassa di risonanza dei nostri percorsi educativi e creativi, che vedranno i giovani protagonisti di una costruzione positiva di sé e del mondo, portatori sani di prevenzione e di cittadinanza attiva.

Proprio così, **“aiutiamo i nostri figli”...** Sono certa che, al di là di targhe, biglietti natalizi e *cadeau*, un'azienda attenta al proprio impatto sociale possa una volta all'anno optare per una scelta di cuore e - perché no? - lungimirante rispetto al Paese in cui opera.

RingraziandoLa sin d'ora per quanto potrà fare, Le invio i miei migliori auguri di buona vita,

@paolabrodoloni

P.s.: a pagina 3 può scoprire come mettere sotto l'albero di Natale il benessere dell'infanzia e dell'adolescenza.

UN PONTE TRA PROFIT E NON PROFIT Quando il business si tinge di etica

Charity o strategia? Perché il sociale conviene? Sono plurime le strade di sinergia tra il mondo aziendale e il terzo settore, per puntare al miglior posizionamento.



A pag. 2 l'intervista all'azienda ed il parere dell'esperto



Come far fruttare l'eredità di EXPO2015 anche in ambito educativo? I percorsi intrapresi dalle scuole di tutta Italia si arricchiscono di nuove progettualità grazie al non profit

Una proposta arriva da Milano, ma può essere replicata in tutta Italia in partnership con aziende sensibili



A pag. 2 i dettagli sul progetto e sulle modalità di partecipazione

Quando il business si tinge di etica: UN PONTE TRA PROFIT E NON PROFIT



LA TESTIMONIANZA

ELENA LOSA
PR & Events Manager Monnalisa Spa

In termini di riconoscibilità ed apprezzamento del brand, le operazioni di sostegno al terzo settore (charity, sponsorship, ecc.) possono supportare le azioni della comunicazione tradizionale?

Monnalisa è un'azienda che lavora nel rispetto dello standard internazionale SA8000. Un'azienda etica che rifiuta ogni forma di lavoro infantile, discriminazione, lavoro obbligato, allo scopo di tutelare tutte le persone coinvolte nel processo produttivo. Siamo ispirati da principi di responsabilità sociale che permeano tutti gli aspetti della vita aziendale. Per un'azienda orientata all'etica, le operazioni a sostegno del terzo settore sono irrinunciabili. Siamo molto creativi nel declinarle organizzando eventi a sostegno di onlus, ospitando mercatini solidali nei nostri uffici di Milano, agendo direttamente con la nostra fondazione Monnalisa con progetti ambiziosi sul target giovani.

In occasione di Expo2015, Monnalisa ha deciso di comunicare al mondo dell'educazione, rivolgendo alle scuole di tutta Italia il concorso creativo "SCRIVO COME MANGIO!" ideato e realizzato da Cuore e Parole Onlus. Come nasce questa partnership e come ne commenta i risultati?

In occasione di Expo 2015 cercavamo un'idea "forte" e non scontata per esprimere l'engagement di Monnalisa rispetto al tema della nutrizione. L'incontro con Cuore e Parole, favorito dal direttore di una testata di moda, è stato un colpo di fulmine professionale. Le parole chiave sono state "creatività ed educazione": il progetto educativo con sotteso un concorso nazionale ci ha entusiasmato. I risultati sono stati questi: oltre 1000 scuole coinvolte, per un totale di quasi 3.000 partecipanti. Alla classe vincitrice, che ha presentato degli artistici cappelli ispirati a ricette regionali, abbiamo donato una lavagna interattiva. Creatività e talento vanno sostenuti ed aiutati ad esprimersi.



IL PARERE

AMELIO BUCCI
Fondatore del Master Made in Italy IULM

Nel Master Made in Italy si tratta ormai da anni il mercato del lusso, il marketing e la comunicazione della moda, del design, dell'alta gamma. In questo scenario come si inserisce la Responsabilità Sociale di Impresa?

Oggi un'azienda che pensa al suo futuro deve anche avere un'attenzione particolare sui cambiamenti che riguardano soprattutto la relazione fra aziende e il mondo esterno che non è più solo il "mercato". Un cambiamento già consolidato sono le nuove sensibilità critiche crescenti rispetto al mondo che produce, cioè la "responsabilità sociale dell'impresa". È un tema non passeggero importantissimo per il futuro. C'è una crescente sensibilizzazione che l'impresa deve qualcosa alla società per il suo esserci, per il suo successo, al di là del do ut des con il mercato. Questa nuova coscienza che potremmo dire di "ecologia sociale" deve essere affrontata subito con una strategia il più congeniale possibile all'impresa. Per queste ragioni il corso sulla "Corporate Social Responsibility" inserito nel Master del Made in Italy dello IULM è fondamentale. Può essere un progetto proprio (come Della Valle che sostiene il restauro di un monumento) o la partecipazione a un progetto condiviso con altri. Quello secondo me che occorre è che sia percepito come qualcosa in cui l'azienda crede e che sente di dover fare verso la società perché il suo esserci e il suo avere successo richiede un contributo alla società stessa. Questo se vuole rendere più credibile e accettata la sua immagine e il suo marchio in termini strategici.

Si legge spesso che la charity è una pratica ormai desueta: è un mito da sfatare o è la verità?

Se l'impresa capisce l'importanza di questi aspetti dedica attenzione a questo tema strategico. Possono sembrare desuete forse pratiche svolte senza fissarne l'obiettivo o a prescindere dal contenuto. Quale è infatti l'azienda leader nel suo comparto che non si occupa ancora di questi aspetti? Si è leader oggi anche per questo.

Come far fruttare l'eredità di EXPO2015 anche in ambito educativo?

I percorsi intrapresi dalle scuole di tutta Italia si arricchiscono di nuove progettualità grazie al non profit

Con il finanziamento ex lege 285/97, parte a Milano un grande **progetto di educazione alimentare rivolto ai minori dai 4 ai 14 anni, ai docenti e alle famiglie**, con la finalità di promuovere sani ed equilibrati stili di vita e corrette abitudini di nutrizione e di pratica sportiva e con l'obiettivo a lungo termine di prevenire i disturbi alimentari in età pediatrica. Si propongono alle scuole d'infanzia, primarie e secondarie di I grado nuovi percorsi formativi per mettere a frutto le buone pratiche e le esperienze positive emerse in altri contesti, soprattutto in occasione di Expo2015.

Il progetto, coordinato da Cuore e Parole Onlus in collaborazione con le Istituzioni e con altri enti del terzo settore, prevede una serie di iniziative gratuite:

workshop di formazione e sensibilizzazione, laboratori di intercultura, visite guidate alle mense assistenziali, sportello di ascolto psicologico, campi sportivi estivi, bando di concorso creativo.

Le iniziative coinvolgeranno oltre 14.000 soggetti, ma l'obiettivo è di incrementare il target e di **raggiungere fino a 30.000 studenti con le loro famiglie, estendendo la partecipazione al bando di concorso creativo alle scuole di tutto il Paese**, dotando i docenti di materiale ludico-didattico utile a realizzare percorsi autonomamente in aula e a stimolare le attitudini artistiche di bambini e ragazzi.



STIAMO CERCANDO UN PARTNER CHE INTENDA CONDIVIDERE IL PROGETTO DI EDUCAZIONE ALIMENTARE RIVOLTO ALLE SCUOLE DI TUTTA ITALIA PER TUTTO IL 2017. INSIEME POSSIAMO STUDIARE LA PRESENZA DELL'AZIENDA ALL'INTERNO DEI MATERIALI E DELLE INIZIATIVE.

PER INFORMAZIONI: 0245477571 - s.vigliani@cuoreparole.org

PER SALVARE I GIOVANI DA

Dipendenze
Cyberbullismo
Disagio
Emarginazione
Dispersione scolastica



Volontarie Cuore e Parole
Pediatria - Ospedale Niguarda Milano



**SOSTIENI
CON LA TUA AZIENDA
LE CAMPAGNE DI
SENSIBILIZZAZIONE
E I LABORATORI DI
PREVENZIONE DI
CUORE E PAROLE ONLUS**

**DA 11 ANNI USIAMO I FONDI
PER PORTARE LA PREVENZIONE
NELLE SCUOLE:**

12.900 istituti scolastici
115.200 giovani tra i 3 e i 19 anni
500 studenti volontari nelle Pediatrie

+39 02 45477571

@ segreteria@cuoreparole.org

www.facebook.com/cuoreparoleonlus

www.twitter.com/paola_brodoloni