



# SCOMMESSA ITALIA

DI LUCIA RITROVATO

PARTE UFFICIALMENTE IN APRILE LA CAMPAGNA LANCIATA DALLA ACLI PER DARE VOCE ALL'ITALIA CHE SA IMMAGINARE E COSTRUIRE DAVVERO IL FUTURO DEL PAESE. UN'ITALIA "INSOSPETTIBILE" FATTA DI SOLIDARIETÀ, PASSIONE E INNOVAZIONE

L'opportunità è per tutti gli italiani che "fanno bene". La *chance* è data ad una parte del Paese che c'è, ma di cui nessuno parla mai. Parte in aprile con queste premesse la campagna "Scommessa Italia" delle Acli - lanciata lo scorso dicembre a Bari durante la Conferenza organizzativa e programmatica 2006 - che entrerà nel vivo con la raccolta di mil-

le "storie" in giro per l'Italia di vita buona, di vita felice. Il progetto che coinvolge tutte le regioni d'Italia ha l'ambizione di mettersi in ascolto del Paese e raccontarlo attraverso i volti, le vicende e le esperienze di lavoro e solidarietà della gente. Il materiale raccolto, sotto forma di pubblicazione, sarà consegnato alle massime cariche dello Stato il 27 ottobre prossimo durante una cerimonia ufficia-

le. La "palla" ora passa dunque a tutte le associazioni, fuori e dentro le Acli, ai cittadini, alle scuole, ai teatri, alle aziende, ai gruppi, alle cooperative che hanno una testimonianza viva e concreta da raccontare, che fanno del proprio lavoro, magicamente, non solo uno strumento di sopravvivenza, ma di felicità per il futuro proprio e del Paese. E che vogliono "darsi voce". Non c'è nulla di utopico in que-



## DIECI STORIE DELL'ITALIA CHE FA BENE...

sto progetto: è un valido tentativo di mettere in luce un'Italia che c'è e che ha ribaltato il concetto di lavoro, sinonimo spesso solo di *stress* e *routine*, facendolo divenire *in primis* strumento di promozione umana. «La campagna delle Acli – come ha detto il presidente nazionale delle Acli, Andrea Olivero, a Bari per il lancio di “Scommessa Italia” – vuole essere un modo per dare credito ai cittadini, per fare affidamento sulla loro capacità di generare futuro dando vita ad esperienze di solidarietà e di sviluppo nel segno della felicità. Questa azione diffusa è la vera Finanziaria del Paese. È il vero motore di sviluppo del Paese. Il futuro dell'Italia passa più di qui che non dalle pagine e dai conti della Legge Finanziaria”.

Nelle ricerche delle storie sono coinvolte, prima di tutto, le presidenze provinciali delle Acli. A livello locale risultano, infatti, i maggiori fruitori e conoscitori di esperienze “utili” per “Scommessa Italia”. Tutte riceveranno un kit completo del progetto che potranno promuovere sul territorio attraverso *brochure* e materiale informatico in *Power point*. A tutti coloro poi che vorranno proporre la propria “storia” verrà consegnata una scheda di “raccolta dati” da spedire alla sede nazionale delle Acli o tramite e-mail all'indirizzo: [scommessaitalia@acli.it](mailto:scommessaitalia@acli.it).

Punto di riferimento di “Scommessa Italia” sarà il sito internet [www.scommessaitalia.it](http://www.scommessaitalia.it) che darà visibilità alle storie che arriveranno in redazione.

Il progetto “Scommessa Italia” ha già prodotto un video-racconto di dieci storie dell'Italia che fa bene, reso pubblico durante il lancio dell'iniziativa lo scorso dicembre a Bari. Esso rappresenta un sunto perfetto di quella che sarà la campagna nel suo totale evolversi e il “target” di riferimento di “Scommessa Italia”. Per mezzora nel video si alternano vicende diverse che toccano varie città del Paese. Si parte da Udine dove è nata la “Casetta a colori”, un asilo multiculturale che aiuta le donne immigrate nella cura dei figli, e si passa poi a Bologna dove gli “Avvocati di Strada”, circa quattrocento volontari, difendono i diritti dei senza fissa dimora. Un altro filmato racconta poi l'esperienza del centro Epass di Bari che opera nel mondo del disagio mentale: un lavoro quotidiano per recuperare appartenenza e sviluppare abilità. Sono, invece, tre le storie girate a Roma. La prima riguarda la “Locanda dei Girasoli”, un ristorante gestito da una cooperativa sociale che dà lavoro a ragazzi affetti dalla sindrome di down. L'altra riguarda la casa-famiglia “La Tenda”, che offre ospitalità ai bambini che sono in attesa dell'inserimento in famiglie adottive. Infine, c'è il *catering* multi-etnico “Mescolando”, dove le cuoche arrivano da tutti i continenti offrendo assaggi della loro cucina internazionale.

Non vengono trascurate poi esperienze dal carattere prettamente culturale. È il caso di Monticchiello, borgo in provincia di Siena, dove gli abitanti, dal 1967, per vincere l'isolamento, hanno dato vita al Teatro povero di Monticchiello. Alle porte di Pisa invece, c'è “La Bottega della Musica” che costruisce e restaura strumenti musicali antichi, impiegando persone diversamente abili. Il video si chiude con altre due storie che toccano altre due grandi città. La prima, Torino, dove è nata la cooperativa “Viaggi Solidali” che propone un turismo di conoscenza e di scambio; l'altra, Milano, dove prima che altrove si sono sviluppati i “condomini solidali”, che aiutano le famiglie ad esprimere le proprie potenzialità e a darsi una mano in qualsiasi momento, condividendo anche lo stipendio.

Le qualità ricercate perché una storia diventi “storia” da raccontare sono semplici e così riassumibili: esperienze a prevalente azione volontaria, con requisiti di solidarietà, di promozione umana nei suoi diversi aspetti, originali e concrete per lo sviluppo del Paese. I settori coinvolti spaziano e non hanno confini delineati, riguardano tutta la vita sociale e civile, e vanno da ambiti prettamente cultu-



rali, ad ambientali, economici. La “caccia” alle storie che fanno bene all'Italia è dunque aperta e la scommessa cominciata. Ora tocca agli italiani farsi sentire.