

Data: 05 novembre 2020

Testata: Il Dolomiti

Titolo: Nove scatole di caramelle per conoscere le Pro Loco e i loro protagonisti. La presidente Monica Viola: "I volontari sono la nostra anima pulsante"

social

Nove scatole di caramelle per conoscere le Pro Loco e i loro protagonisti. La presidente Monica Viola: "I volontari sono la nostra anima pulsante"

La Federazione trentina delle Pro Loco ha lanciato in collaborazione con il gruppo Poli, lo studio grafico Mugrafik e la scuola d'alta formazione grafica Artigianelli un'iniziativa per far conoscere il variegato mondo delle associazioni che animano la vita delle comunità locali. Sui scaffali dei supermercati formeranno la loro appartenenza 9 belle scatolette di caramelle con i profili più rappresentativi dell'anima pulsante delle Pro loco, i volontari



Di Davide Lavagnoli - 05 novembre 2020 - 2020

TRENTO. Il saggio, l'ottimista, l'accogliente, il festaiolo. E ancora, la chiacchierona, la timida, il motivatore, il dubbioso e l'entusiasta. Sono questi i personaggi che animano le Pro Loco, protagonisti di un'iniziativa lanciata dalla Federazione trentina che le rilucisce in collaborazione con il Gruppo Poli, e che porterà proprio nei punti commerciali dell'azienda di supermercati 9 scatolette di design contenenti delle caramelle.

È il "gusto di essere volontari" ad aver ispirato una campagna che ha voluto utilizzare i profili che popolano le organizzazioni capillarmente diffuse in valli e paesi e che, più di tutte, ne animano la vita. "Pro Loco da vivere", questo il nome del progetto, punta a far conoscere a tutti l'ampio e vivace mondo delle Pro Loco, "facendoci scoprire il bello di far parte di questa famiglia".

Dentro una famiglia, d'altronde, c'è tanta varietà, proprio così come sulle scatolette di caramelle disponibili nei supermercati Poli. Ci sono il leader e il timido, l'ottimista e l'organizzatore, il burlesco e colui che rassicura tutti. L'idea, dicono dalle Pro Loco, è che ognuno, di fronte alla scatoletta di caramelle, possa riconoscersi in uno dei personaggi che ne impreziosiscono il "volto". Per rendere ancora più possibile l'immedesimazione, d'altronde, c'è pure una piccola descrizione dei profili disegnati da 4 ragazzi del laboratorio d'alta formazione grafica TagLab dell'Istituto arti grafiche Artigianelli di Trento sotto la supervisione dello studio grafico Mugrafik.

"Questa iniziativa fa parte di un progetto più grande teso a mettere in luce le pro loco e la loro anima pulsante, i volontari" spiega la presidente della Federazione Monica Viola - con le loro caratteristiche fanno vivere le comunità e i territori, sono i motori delle comunità. Questa dolce e simpatica iniziativa ha così deciso di rappresentare su delle scatolette di caramelle di design i personaggi che troviamo tutti i giorni nelle nostre pro loco. Grazie a chi ha collaborato, come TagLab e Mugrafik, e a chi, come il gruppo Poli, ha avuto la sensibilità e l'attenzione verso questo tipo di iniziativa".

"Abbiamo accolto con entusiasmo perché abbiamo trovato un riscontro tra i suoi valori e quelli del nostro gruppo - le ha fatto eco il direttore degli affari generali del gruppo Mauro Poli - l'attenzione verso il territorio, verso le sue esigenze e la sua crescita. L'attenzione, soprattutto, verso le persone. Condividiamo quindi il senso del progetto e anche l'importanza di aver fatto avvicinare i ragazzi al mondo del lavoro nella collaborazione con la scuola di alta formazione di grafica. Mettere in luce i ragazzi è molto importante".

In tutti i punti vendita Poli, da Merano a Verona, le scatolette saranno disponibili al prezzo di 1,65 euro, offrendo la possibilità non solo di gustarsi le caramelle all'interno ma anche di conoscere, e perché no immedesimarsi, i protagonisti del variegato e vivace mondo delle pro loco. "Come gruppo Poli ci siamo resi disponibili a sostenere le pro loco nella parte tecnica di condizionamento delle scatolette, nei sistemi di esposizione e nella campagna di comunicazione - conclude Poli - il tutto per creare rete sul territorio, nella speranza che iniziative del genere possano ripetersi nel tempo".

#Prolocodavivere ha visto la collaborazione attiva di 4 ragazzi della scuola d'alta formazione dell'Istituto Artigianelli, impegnati per mesi a disegnare i profili dei personaggi in stretto contatto con chi nella Federazione ne rappresenta il variegato insieme. "Nell'ambito del progetto "Design per il territorio" abbiamo voluto creare un prodotto di qualità che potesse essere veicolo di conoscenza del territorio", ha spiegato Sonia Leonardelli dello studio grafico Mugrafik.

È sotto la sua supervisione, infatti, che i giovani coinvolti in TagLab hanno potuto fare un'esperienza completa, dalla conoscenza dei clienti al prodotto finale. "Hanno vissuto il flusso del lavoro lavorando su un progetto reale che arriva dal territorio", spiega il coordinatore Daniele Fortarel. "La sfida è stata complessa", aggiunge una dei giovani coinvolti, Erica Malfatti.

Ma il progetto, nondimeno, non finisce certo negli scaffali dei supermercati del gruppo Poli. "Questa è la nostra materia prima - conclude la responsabile dell'ufficio stampa di Federazione trentina Pro Loco Oriana Bisco - e vogliamo che tutti la possano scoprire, comprendendo che nelle pro loco tutti possono vedersi riconoscere le proprie qualità. Chi compra le scatolette non avrà solo la possibilità di immedesimarsi, ma può inviarcene una foto con la scatoletta che più lo rappresenta, partecipando al contest di cui i migliori scatti verranno pubblicati sulle pagine social della Federazione e del gruppo Poli".