

Testata: **Largo Consumo**
 Data: **Novembre 2016**
 Topic: **Agorà dell'Abitare**

COMUNICAZIONE in breve

Etica e Imprese

a cura della Redazione

UNILEVER A FIANCO DEI BIMBI DEL KENIA

Unilever schierata nuovamente a fianco del World Food Programme (WFP) attraverso la campagna "Tutti per uno - Insieme contro la fame dei bambini".

L'iniziativa è partita l'8 settembre per quasi una settimana, fino al 14 dello stesso mese, ospitata presso i Soft-Discount Penny Market, ed è proseguita dal 22 settembre al primo ottobre presso gli ipermercati Conad. Obiettivo, la donazione, da parte del WFP, di un pasto ad alto apporto nutritivo ai bambini più poveri del Kenia mediante l'acquisto di due confezioni di uno stesso prodotto nell'ambito di una vasta proposta di offerta a marchio Calvé, Algida, Dove, Knorr, Viennetta, Lipton, Badas, Coccolino, Cornetto, Fissan, Magnum, Cucciolone e Sunsilk.

«Attraverso la collaborazione con WFP Italia Onlus a sostegno del programma di pasti scolastici del WFP, Unilever Italia contribuisce concretamente al secondo Obiettivo di Sviluppo Sostenibile "Fame Zero", al cuore dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite», ha dichiarato il presidente dell'organizzazione onlus, l'ambasciatore Giovanni Castellana.

Dal canto suo, Angelo Trocchia, presidente e amministratore delegato di Unilever Italia, ha spiegato: «La partnership con il World Food Programme prosegue con questa campagna che sottolinea l'impegno di Unilever nel sociale ed esprime concretamente il nostro modello di business sostenibile lanciato nel 2010, convinti che sia l'unico in grado di guidare la nostra crescita futura».

L'AGORÀ DELL'ABITARE: UN PATTO COMUNITARIO

Prosegue il percorso di innovazione sociale avviato da **Leroy Merlin** Italia che, con L'Agorà dell'Abitare, ha scelto di promuovere una nuova articolata iniziativa che nasce come un patto per rafforzare i legami comunitari, coinvolgendo aziende, istituzioni, associazioni no profit e cittadini.

Il nuovo progetto, che si affianca

agli altri in ambito CSR che vedono protagonista l'azienda ("Cantieri fai da noi", "La Casa ideale" e "Bricolage del Cuore"), si caratterizza per i suoi tre principi fondamentali, creando una rete di differenti soggetti accomunati dalla volontà di risolvere i problemi del territorio, un processo di costituzione, condivisione e realizzazione e un movimento generatore di valore nella comunità.

L'obiettivo è quello di proporre, ai diversi soggetti coinvolti, di mettersi in gioco su iniziative che vanno dal tinggiare una scuola, all'aiuto portato a chi si trova in difficoltà a ristrutturare la propria abitazione. Tutto questo, arrivando a stabilire un circolo "virtuoso" in modo che chi riceve aiuto sia invogliato a propria volta a offrirlo ad altri in futuro. Un'idea dunque al contempo semplice ma innovativa, in cui chiunque può sentirsi partecipe nel contribuire a realizzare progetti capaci di riattivare i legami tra le comunità e il senso di appartenenza.

IL CONTRIBUTO DI ERIDANIA SUI PROBLEMI DELL'OBESITÀ

Eridania, sensibile alla tema del continuo espandersi dei problemi dell'obesità e del sovrappeso - si calcola che ne soffra il 46,1% della popolazione oltre i 18 anni, di cui il 35,3% in sovrappeso e il 9,8% obeso -, ha voluto anche quest'anno rinnovare la collaborazione con ADI, l'Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica. Lo ha fatto scegliendo come cornice la 16esima edizione della manifestazione dedicata alla sensibilizzazione sull'obesità in cui presso i 150 centri diagnostici ADI coinvolti sono stati distribuiti il poster "Un dolce giorno da vivere insieme", ricco di informazioni, suggerimenti e curiosità, e le cartoline "Dolci leggerezze" con ricette realizzate utilizzando dolcificanti di tipo innovativo, adatte ognuna alle cinque pause consigliate durante la giornata.

Alla base della realizzazione di questo materiale info-educativo due raccomandazioni: non vivere la dieta come un'esperienza deprimente e punitiva e adottare un'alimentazione

equilibrata in rapporto al proprio stile di vita, scegliendo il dolcificante più idoneo alle proprie esigenze in vista di un bilanciato apporto calorico.

I 20 ANNI DI AUCHAN A FAVORE DELLA SOLIDARIETÀ

Ricorre il ventesimo anniversario della Fondazione Auchan per la Gioventù, il quinto da quando è presente in Italia per sostenere e promuovere progetti per la solidarietà e la coesione sociale rivolti ai giovani residenti nei quartieri vicini agli ipermercati Auchan e a favore delle associazioni locali attive sui temi della salute, dell'educazione e dell'inserimento sociale. Promotori dei progetti sono gli stessi collaboratori della catena che poi fungono da tutor promuovendone la partnership con il proprio punto di vendita. Dal 2011 a oggi sono 22 i progetti finanziati in Italia per un totale di 250.000 euro donati e il prossimo futuro, dal 2017, promette l'estensione dell'iniziativa anche alla rete dei supermercati Simply (270 in 11 regioni).

Lo scorso gennaio la Fondazione ha poi lanciato la campagna "Insieme per la gioventù" invitando le associazioni locali a proporre progetti in svariati ambiti (salute, istruzione, lotta alla fame, inserimento sociale e professionale): dopo 5 mesi di valutazione ne sono stati selezionati 6, premiati il 5 ottobre in occasione della prima Giornata della Solidarietà indetta da Auchan Retail per festeggiare l'attività della Fondazione.

RACCOLTA A SCUOLA DI ABITI USATI

Dixan protagonista della nuova edizione, dal 26 settembre al 21 ottobre, del progetto creato da Henkel per la scuola che coinvolge i bambini delle scuole primarie in una maratona di solidarietà con la donazione di abiti usati a favore dell' Ai.Bi., Associazione Amici dei Bambini.

"Mettili nei miei panni - usati, lavati, donati", questo il claim della campagna il cui scopo è sensibilizzare ai temi della solidarietà, del consumo responsabile e del riuso delle ri-