
Solidarietà: Padova, presentata la campagna internazionale di promozione della candidatura del volontariato a bene immateriale Unesco. “Youmanity” il brand

Ieri e oggi, a Padova, si sta svolgendo il convegno nazionale “Patrimonio Volontariato”, promosso da Padova capitale europea del volontariato e Vita per rilanciare la candidatura Unesco. E nel corso della mattinata è stata presentata la campagna internazionale di promozione della candidatura del volontariato a bene immateriale Unesco curata da Paolo Iabichino, scrittore pubblicitario, direttore creativo e fondatore dell’Osservatorio Civic Brands con Ipsos Italia. Il brand creato da Iabichino per la campagna è “Youmanity”. Con Youmanity è “il volontario che diventa patrimonio dell’umanità”. Come illustrato da Iabichino, “si sposta il focus dal volontariato e dalle associazioni che aderiscono alla campagna, per raccontare storie di persone. Saranno loro i protagonisti della piattaforma digitale che introdurrà la campagna”. Iabichino ha aggiunto: “Youmanity è un neologismo di comprensione universale, la crasi felice dell’incontro tra azione individuale e bene comune. Ha l’ambizione di definire un nuovo registro di comunicazione per chiunque si occupi di volontariato, affinché il proprio impegno venga vissuto come una vera e propria militanza civica al servizio della collettività. Youmanity è il brand che firma una campagna multisoggetto che vuole sensibilizzare sulla necessità di sposare una causa urgente e necessaria come il riconoscimento dell’Unesco a patrimonio immateriale dell’umanità. Una causa che vede come protagonisti i volontari e le volontarie, con raccolte di storie virtuose ed esempi che servano ad ispirare altre persone”. La campagna prevede inoltre una piattaforma di comunicazione digitale dove verranno raccolte tutte le adesioni all’iniziativa, insieme con i racconti delle tantissime storie di volontariato presenti in Italia e all’estero.

Gigliola Alfaro