
8xmille alla Chiesa cattolica: on air dal 2 maggio la nuova campagna Cei

Dalla Casa della Carità, che a Seregno offre ospitalità ai più fragili senza fissa dimora, alla mensa delle parrocchie solidali di Brindisi, mano tesa rivolta a quanti sono a rischio di esclusione sociale. Dalla Casa Santa Elisabetta, un condominio solidale nel cuore di Verona per donne sole con minori, ad Opera Seme Farm, una filiera etica che, nel Salento, promuove i prodotti del territorio generando valore e occupazione. Da questi luoghi viene lanciato un messaggio chiaro: "Se fare un gesto d'amore ti fa sentire bene, immagina farne migliaia". Si tratta del claim della **nuova campagna di comunicazione dell'8xmille della Conferenza episcopale italiana**, che mette in evidenza il significato profondo di un semplice gesto che permette ogni anno la realizzazione di migliaia di progetti in Italia e nei Paesi in via di sviluppo. La campagna, on air dal 2 maggio, mette inoltre in luce la relazione forte e significativa tra la vita quotidiana dei cittadini e le opere della Chiesa, attraverso la metafora dei "gesti d'amore": piccoli o grandi gesti di altruismo che capita di fare nella vita e che non fanno sentire bene solo chi li riceve, ma anche chi li compie. **Un gesto d'amore che si moltiplica.** Il messaggio che la campagna intende diffondere è che, attraverso la firma dell'8xmille alla Chiesa cattolica, è possibile moltiplicare la sensazione di benessere che si prova quando si compie un gesto d'amore. Come fa la Chiesa ogni giorno con i suoi interventi arrivando capillarmente sul territorio a sostenere e aiutare chi ne ha più bisogno: poveri, senz'atutto, immigrati, ma anche italiani che attraversano momenti di difficoltà. "L'obiettivo della campagna 2023 – afferma il responsabile del Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa cattolica, Massimo Monzio Compagnoni – è far comprendere il valore di un gesto molto semplice come una firma, abbinandolo a momenti della vita di tutti i giorni. Gli spot ruotano intorno al concetto del 'sentirsi bene' prendendosi cura del prossimo grazie ad un'opzione, nella propria dichiarazione dei redditi, che si traduce in migliaia di progetti".

"Chi firma è protagonista di un cambiamento ed è autore di una scelta solidale, frutto di una decisione consapevole, da rinnovare ogni anno".

"In ogni iniziativa le risorse economiche sono messe a frutto da sacerdoti, suore, operatori e dai tantissimi volontari che, con le nostre firme, sono il vero motore dei progetti realizzati". **Otto storie di speranze e coraggio.** Nella campagna 2023 la Chiesa si racconta attraverso otto storie di speranza e di coraggio. Spot non più generici, come nel passato, ma pensati per altrettanti target di pubblico. Che mettono in luce il valore della gratuità e gli sforzi di una Chiesa in uscita, che si prende costantemente cura dei più deboli, donando opportunità e fiducia, intervenendo con discrezione e rispetto, operando con creatività e positività. I video sono stati girati in luoghi simbolo, che rispecchiano proprio questi valori. Un esempio è il Centro di ascolto diocesano di Albano, un luogo accogliente e familiare per chi ha bisogno di assistenza alimentare e non solo. Farsi prossimo con l'accoglienza ed il primo soccorso è la mission del progetto "Un popolo per tutti" che, a Roccella Jonica, rappresenta un approdo sicuro per i migranti in fuga e in cerca di un futuro migliore. Grazie alle firme, ogni anno, vengono restituiti a fedeli e visitatori molti tesori dimenticati. Come ad Ancona dove la chiesa di Santa Maria della Piazza, gioiello romanico, è sottoposta ad un intervento di restauro conservativo per continuare a tramandare arte e fede alle generazioni future. Dopo gli anni difficili della pandemia la campagna, quest'anno, vola all'estero per documentare come a Tosamaganga, in Tanzania, con il supporto delle firme la speranza sia giunta in aula e in corsia. Qui i medici del Cuamm, la prima organizzazione italiana per la promozione e la tutela della salute delle popolazioni africane, sono presenti da oltre 50 anni e si prendono cura delle persone più vulnerabili, soprattutto delle mamme e dei bambini, fin dai primi attimi di vita. **La campagna on air.** La nuova campagna 8xmille è ideata dall'agenzia Wunderman Thompson Italia che si è aggiudicata la gara

indetta dal Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa cattolica: creatività di Massimiliano Trascitti e Antonio Codina, regia di Edoardo Lugari. Le foto sono di Francesco Zizola. La casa di produzione è Casta Diva/Masi Film. Sarà pianificata su tv e web con due spot da 30" e otto da 15" dedicati a diversi target. Inoltre, la campagna si svilupperà su stampa, affissione e radio.

Filippo Passantino