

La serie televisiva è stata girata nelle stanze dell’Istituto Nazionale dei Tumori, del Policlinico San Donato, nella Casa Sollievo Bimbi di Vidas e negli studi di Radio Italia a Cologno Monzese



Una nuova serie televisiva e web che parla di volontariato, sociale e sostenibilità ambientale è stata girata tra l’Istituto Nazionale dei Tumori, il Policlinico San Donato, la Casa Sollievo Bimbi di Vidas e gli studi di Radio Italia per raccontare l’impegno sociale con linguaggio giovane e fresco. E con una produzione totalmente no profit.

Il volontariato fa bene a chi lo fa, prima di tutto. È questo il messaggio, che ribalta la comunicazione classica in materia, di “Involontaria”, una serie in dieci puntate che racconta le avventure di Greta (Neva Leoni), una ragazza appassionata di musica che sta attraversando una fase un po' confusa della sua vita. Greta entrerà in ospedale per risolvere una questione personale importante e si troverà involontariamente coinvolta in un progetto di volontariato musicale che le cambierà la vita. La serie è stata trasmessa in premiere domenica 8 dicembre su MTV e ora è disponibile sul sito [mtv.it](http://mtv.it) e sul canale YouTube di MTV. La sceneggiatura è di Pier Tamburini, la regia di Alessandro Guida.

Ma la novità non sta solo nel punto di vista con cui viene letto il mondo del volontariato, ma anche perché è realizzata con una produzione totalmente non profit, grazie alla collaborazione tra

Officine Buone e Fondazione Cariplo, già autori di “Involontario”, serie pilota vincitrice del titolo di migliore serie web del 2018 al Roma Web Fest. “Abbiamo fatto questo lavoro per attrarre una serie di investitori del no profit, quindi fondazioni, e del profit, cioè aziende private, per una produzione che avesse l’alta qualità per andare a combattere nel mercato delle serie, dove se non hai qualità non riesci ad avere un pubblico rilevante. L’idea era di fare questa cosa a fin di bene” ci ha spiegato Ugo Vivone, fondatore di Officine Buone e ideatore della serie. “L’alternativa sarebbe stata quella di affidarci a una produzione importante, che avrebbe lavorato a scopo profit, com’è giusto: avremmo preso la nostra colletta e portata a una casa di produzione che avrebbe fatto il lavoro. Invece abbiamo eliminato un passaggio, occupandoci noi della produzione, prendendoci dei rischi e coinvolgendo professionisti importanti. Siamo riusciti da una parte a eliminare i profitti delle società profit, dall’altra canalizzando tutte le risorse sulla serie”.

“Involontaria” è stata girata nelle stanze e nelle corsie dell’Istituto Nazionale dei Tumori, del Policlinico San Donato, nella Casa Sollievo Bimbi di Vidas e negli studi di Radio Italia a Cologno Monzese. Tra i partner del progetto ci sono anche ENGIE Italia e MTV. Il risultato è un’operazione di marketing sociale innovativo. Ma in che senso è innovativo questo progetto? “La prima cosa è la maniera con cui è fatta la produzione, un fundraising che tiene insieme società profit e no profit” ci ha risposto Vivone. “Tra i partner ci sono l’Istituto Nazionale dei Tumori, che è pubblico, e il gruppo San Donato, un gruppo ospedaliero privato. Mettere insieme questi enti così distanti fra loro vuol dire allargare il pubblico e far capire le potenzialità dell’iniziativa. L’altra cosa è il mezzo: volevamo far capire ai giovani che fare volontariato è una cosa che aiuta soprattutto loro, non è il giovane che aiuta gli altri, ma il volontariato che aiuta il giovane. Fare uno spot, una campagna qualsiasi sarebbe stato meno efficace di quello che si chiama branded content. Se un ragazzo vede questa serie lo fa non perché è uno spot sociale ma perché è una bella serie, e così i messaggi come questo arrivano anche a persone che non sono interessate al sociale”. “Spesso il no profit che fa cose che piacciono solo a se stesse” spiega Vivone. “Un’associazione fa uno spot e lo vede solo chi segue l’associazione. La serie viene vista da tante persone, a cui magari piace il personaggio, e poi capiscono molte cose. Sono tanti quelli che ci scrivono perché vogliono iniziare a fare volontariato”.

Officine Buone, ideatrice della serie “Involontaria” e di “Special Stage” (talent musicale negli ospedali italiani che coinvolge 450 musicisti e 60 ospiti dello spettacolo italiano), ha realizzato questa serie mantenendo il suo assetto no profit totalmente fuori dagli schemi classici dei prodotti di intrattenimento di qualità. La serie

vuole innovare il modo di fare e comunicare il volontariato, al fine di renderlo come un'opportunità straordinaria per i giovani di divertirsi, crescere e allo stesso tempo essere utili al sociale. “Le esperienze professionali di chi ha creato Officine Buone e l'ha fatta crescere vengono dal project management” ci spiega Ugo Vivone. “Io mi occupo di gestione di progetti per impianti industriali.

Nel momento in cui ci siamo approcciati alla realizzazione di una commessa abbiamo utilizzato tutte le competenze che avevamo - per gestire le risorse umane - che venivano da un altro settore. Ma questo approccio, totalmente diverso da quello a cui sono abituati addetti ai lavori, ha generato degli effetti positivi. In ogni mondo ci sono abitudini: quando arriva una persona da un altro settore e le cambia, questo può generare dei vantaggi”. “Ovviamente siamo stati degli outsider” continua Vivone. “Abbiamo contrattualizzato tutti gli attori, abbiamo fatto tutti gli accordi con gli ospedali utilizzando contrattualistiche per cui io normalmente lavoro. All'interno di produzioni televisive magari avrebbero utilizzato un altro strumento”. “Quando una no profit fa un progetto del genere, se incassi 100 spendi 100, e il saldo è zero” precisa Vivone. “In una profit se incassi 100 devi spendere 70 per avere dei ricavi”.

Nell'operazione sono stati impiegati più di 50 giovani under 35, per una scelta precisa. “Involontaria” avrà sicuramente un seguito. “Si sono avvicinati soggetti del Terzo Settore e privati che vogliono essere parte della produzione” ci spiega Vivone. “Ci sarà una terza stagione che non potrà rimanere sullo stesso livello della seconda, ma dovrà andare più in alto. Il 2020 servirà per la composizione del fundraising e per la scrittura. Per cui la nuova stagione sarà pronta nel 2021”.

(Fonte:redattoresociale.it/Fonte Foto:YouTube)