

Lugano Bambini con Trisomia 21 modelli per un giorno

H&M e Avventuno si sono uniti per sensibilizzare e informare la popolazione su tutto ciò che riguarda la sindrome di Down – Ne abbiamo parlato con Monica Induni



Cosa accomuna multinazionali e associazioni senza scopo di lucro? In molti casi probabilmente molto poco, ma anche due mondi così diversi possono trovare dei punti in comune. È infatti questo uno dei fondamenti di My Store, un progetto che verrà sviluppato a partire dalla collaborazione fra H&M e Avventuno.



L'associazione benefica, nata nel 2015 con lo scopo di sostenere i bambini con Trisomia 21 e le loro famiglie, ha infatti risposto con entusiasmo alla proposta del famoso marchio d'abbigliamento. L'obiettivo? Presentare un'iniziativa in grado di sensibilizzare e informare la popolazione su tutto ciò che riguarda la sindrome di Down.

Lo scorso mercoledì, il negozio in Piazza Dante a Lugano ha dato il via al progetto, invitando diversi bambini con Trisomia 21, e alcuni senza disabilità, a trasformarsi in modelli e ad affrontare l'obiettivo della macchina fotografica. La socia fondatrice e direttrice di Avventuno, Monica Induni, descrive al CdT l'iniziativa.



Ma la speranza espressa da Monica Induni non è solo quella di riuscire a portare i valori di Avventuno all'interno della sede del negozio di Lugano: è soprattutto quella di riuscire a raggiungere, tramite questo progetto, la città stessa. «La nostra associazione è giovane e questa è sicuramente un'occasione per far sapere, anche a chi non è direttamente a contatto con persone con disabilità, che cosa ci auguriamo per i bambini con la sindrome di Down». Lo scopo è quello di trasmettere consapevolezza all'interno della popolazione ticinese, affinché alle persone con questa condizione genetica siano date opportunità pari a tutti gli altri. «Desideriamo che siano accompagnati e supportati, che siano inclusi e che siano date loro possibilità di scelta per autodeterminarsi». E la moda ha un grande potenziale per trasmettere questo messaggio: «In fondo tutti scegliamo i vestiti che indossiamo, è una forma di espressione che conosciamo, un modo per essere e sentirci noi stessi». Questo è dunque un piccolo esempio di ciò che significa autodeterminazione. «Per quanto piccolo, però, può essere d'ispirazione per tutti gli ambiti della vita».

Non solo un messaggio teorico

L'intento è dunque quello di portare più consapevolezza, ma non solo. «Desideriamo che questa iniziativa riduca il timore di chiedere, di informarsi e di conoscere di più quelle che possono essere le difficoltà e i punti di forza di chi è confrontato direttamente con questa condizione genetica – conclude Monica Induni –. Proprio per questo stiamo collaborando con H&M anche per fornire stage ed esperienze lavorative a persone con la sindrome di Down. Non vogliamo, infatti, che My Store rimanga solamente un messaggio teorico e astratto, ci auguriamo che diventi un punto di partenza per delle azioni reali».

Ma ad essere fieri del prodotto finale non saranno solo i bambini e le famiglie: «Noi come associazione lo saremo ancora di più – ammette Induni –. Questo perché sappiamo che dietro a l'iniziativa c'è qualcosa che va al di là degli scopi commerciali: la promozione di un messaggio di accoglienza delle proprie caratteristiche e di quelle altrui. Un tema che coinvolge chiunque».

Un incontro che mira a trovare tratti comuni

«Ci è già capitato di collaborare con altre organizzazioni, non è la prima volta, e sappiamo che non sempre gli obiettivi iniziali sembrano essere uguali o sovrapponibili ai nostri» continua la direttrice di Avventuno. Tuttavia, questa consapevolezza non sembra aver frenato la voglia di guardare con spirito propositivo a questa proposta. «Anche fra realtà diverse si possono trovare delle sinergie per le quali ci si allinea sotto un medesimo scopo. Mi spiego meglio: ovviamente un'azienda come H&M ha una missione diversa da un'associazione benefica come la nostra, ma il punto interessante di questa unione è proprio quello di cercare i tratti comuni. A mio avviso questi sono dati dalle persone che, indipendentemente dall'ambito nel quale lavorano, sanno di poter fare la differenza mettendo a disposizione la loro creatività, il loro tempo e la loro volontà per fare qualcosa in cui credono». Sono dunque le persone a essere il nodo essenziale di quest'iniziativa. «Per noi è importante sapere che gli obiettivi non riguardano solamente la visibilità, la sensibilizzazione o l'informazione. Questi sono sicuramente importanti – precisa Induni –, ma per noi è ancora più vitale sapere che, al di sopra di questi, c'è chi supporta davvero il progetto. Questo sostegno arriva forte e chiaro dal negozio H&M di Lugano, dove abbiamo conosciuto un team che condivide pienamente i nostri valori».

Modelli per un giorno

«Sono contentissima – dice con soddisfazione Induni –, le riprese fotografiche sono andate veramente bene. Il progetto è stato accolto da tutti con entusiasmo». Infatti, sono state diverse le famiglie che hanno scelto di aderire all'iniziativa proponendo ai propri figli di partecipare a questa prima fase [di My Store](#). «A partire dalle immagini dei bambini, verranno realizzate delle cartoline, dei post online, dei banner e qualcuna verrà addirittura utilizzata in vetrina. Lo scopo è quello di produrre gli strumenti di comunicazione necessari per promuovere l'iniziativa. Pensiamo che sarà una collaborazione molto interessante e anche divertente» prosegue la direttrice.

Ai bambini è stato chiesto di scegliere i vestiti da indossare, di mettersi sotto i riflettori, di cambiare posa e di farsi fotografare sia da soli che accompagnati. «Non è facile essere dei modelli – sottolinea Induni –, ma hanno partecipato tutti con motivazione, serietà e grandi sorrisi». La trepidazione per poter osservare il frutto di questo momento creativo, ora, è palpabile. «Sono curiosa di ammirare il risultato finale e i bambini saranno sicuramente orgogliosi di vedere la loro immagine in post e addirittura in vetrina».



In fondo tutti scegliamo i vestiti che indossiamo, è una forma di espressione che conosciamo, un modo per essere e sentirci noi stessi

Monica Induni, direttrice Avventuno

Ma a cosa porterà davvero l'iniziativa?

«My Store si svilupperà nel corso del periodo fra ottobre e giugno 2023. Stiamo definendo il programma in questi giorni – spiega la direttrice –. Presto, sul [sito di Avventuno](#) sarà presente una pagina dedicata a questa iniziativa, nella quale verranno anche presentati i prodotti acquistabili nel negozio H&M di Lugano per sostenere l'associazione».