



Un'iniziativa promossa da Seat Pagine Gialle e Comitato Italia 150, con il supporto di Nikon, Epson e Fiaf, per celebrare i 150 anni dell'Unità d'Italia

Passione Italia, un concorso fotografico per sostenere l'identità nazionale italiana, sempre più intaccata da malcostume e scarso senso civico

Secondo un'indagine sull'italianità, illustrata da Renato Mannheimer durante la presentazione del concorso, "l'elevato senso di appartenenza nazionale (83%) - sostenuto principalmente dai luoghi, dalla cultura e dalla cucina - si scontra con un crescente disagio, soprattutto giovanile, per una disonestà diffusa"

Roma, 26 maggio 2010 - Rappresentanti istituzionali, culturali ed economici si sono confrontati sul valore dell'identità nazionale degli italiani, in occasione della presentazione di Passione Italia (www.passioneitalia.it), concorso fotografico organizzato da Seat Pagine Gialle in collaborazione con il Comitato Italia 150 per celebrare i 150 anni dell'Unità d'Italia, attraverso lo sviluppo e la condivisione di immagini dedicate alla storia, ai luoghi e ai mestieri del Bel Paese.

*"Mi piace ricordare – afferma **Alberto Cappellini, Amministratore Delegato di Seat PG** - che anche Seat ha contribuito, con il suo lavoro e i suoi servizi, a ridurre le distanze sociali e geografiche della nostra amata nazione, consentendo a milioni di cittadini e aziende di entrare in contatto con rapidità ed efficienza. In fondo l'elenco telefonico è stato il primo vero social network della storia d'Italia... "*

*"Con il contatto quotidiano con oltre 2 milioni di imprese – ha proseguito **Cappellini** - siamo così diventati anche uno straordinario punto di osservazione del tessuto economico italiano. In occasione dei 150 anni di Unità abbiamo sentito l'esigenza di approfondire e integrare questo nostro patrimonio attraverso una ricerca sull'italianità che stiamo realizzando, anche grazie ai nostri portali, con il Prof. Mannheimer e di proseguire il percorso volto alla valorizzazione della creatività e dell'arte italiana giovanile con il lancio di un'iniziativa come **Passione Italia**. Non solo motore di relazioni, quindi, ma anche propulsore di innovazione e creatività".*

Chi sono gli Italiani oggi? Che valore hanno l'italianità e lo spirito patriottico? Dall'indagine emerge che ci si sente ancora per lo più italiani (83%), rispetto all'essere europei (67%), un elevato senso di appartenenza all'Italia quindi, seppur in calo rispetto agli ultimi anni (nel 2004 era dell'86%), un'italianità che è più sentita nell'elettorato di centrodestra, al Sud e presso gli anziani.

*"Tale senso di appartenenza però - dice **Renato Mannheimer, Presidente dell'Istituto ISPO Ricerche** - non sempre coincide con l'orgoglio di essere italiani, che negli ultimi anni è un po' meno sentito, soprattutto tra i giovani, che anzi esprimono una forma di disagio,*



citando politici e mentalità (malcostume, la disonestà e lo scarso senso civico), quali principali elementi di imbarazzo”.

E' forse anche per questo che solo il 38% degli italiani afferma che in Italia si vive bene? Chi sostiene il contrario è comunque una minoranza (un quarto degli italiani), perché vi è una larga fetta della popolazione (il 36%) che afferma che non si vive né bene né male. Ci sono tuttavia importanti differenze territoriali da sottolineare: al Nord un residente su due sostiene che si vive bene, al Sud, al contrario, la percentuale di chi afferma che si viva male è più elevata della media della popolazione. Una profonda differenza tra il Nord ed il Sud del Paese determinata dal livello di soddisfazione dei propri abitanti.

Ecco dunque che acquista ancora più significato parlare di Unità d'Italia, un valore che resta assolutamente attuale e che dalla ricerca realizzata da ISPO risulta essere ancora importante per l'89% degli italiani. Unità del Paese che per la maggioranza degli italiani (64%) non ha fatto perdere le specificità territoriali, preservate da valori e tradizioni. Ed infatti proprio i luoghi (le città d'arte, i paesaggi), i prodotti culturali (opere, letteratura, cinema) e i sapori (cucina e vino) sono i simboli che rappresentano maggiormente il Paese Italia.

L'apertura, l'animo brioso, la creatività e la furbizia sono invece le virtù in cui si riconoscono gli italiani. Tra i difetti riconosciuti vengono segnalati la molestia, lo scarso senso civico, la disonestà e l'essere "mammoni".

Tra le considerazioni finali evidenziate da Mannheim emerge che "ci si sente più italiani proprio in quei momenti in cui possiamo finalmente esserne apertamente orgogliosi" e Passione Italia ha l'obiettivo di far esprimere a tutti gli italiani il proprio orgoglio per il Bel Paese attraverso la condivisione di scatti fotografici inediti che raccontino l'Italia dei nostri giorni.

La ricerca condotta da Mannheim prosegue sul Web attraverso i portali di Seat PG PagineBianche.it, PagineGialle.it e Tuttocittà.it: con pochi click tutti gli Italiani possono raccontarsi e contribuire a creare una fotografia dell'identità anche a livello provinciale.

Il concorso fotografico – cui tutti possono partecipare sia inviando fotografie sia votando le preferite grazie al portale www.passioneitalia.it – sta riscuotendo un grande successo sul web. Tra gli scatti più votati dalla community on line, una giuria tecnica composta da membri SEAT e Partner dell'Iniziativa sceglierà le nuove copertine di PagineBianche®, PagineGialle® e Tuttocittà®, di SEAT Pagine Gialle, che raccontano da vari punti di vista l'evoluzione della società e dei luoghi d'Italia da oltre 80 anni.

Il concorso fotografico è promosso in collaborazione con il Comitato Italia 150 (ente fondato per l'organizzazione a Torino e in Piemonte dei festeggiamenti per i 150 anni dell'Unità d'Italia) e in partnership con la Federazione Italiana Associazioni Fotografiche, Nital (distributore ufficiale per l'Italia dei prodotti Nikon) e Epson.



SEAT PG

Il Gruppo SEAT Pagine Gialle è uno dei principali operatori a livello mondiale nel settore della pubblicità direttiva multimediale con un'offerta "carta-telefono-internet" e con strumenti complementari di comunicazione come il one-to-one marketing.

Da oltre 80 anni SEAT Pagine Gialle propone servizi di informazione, strumenti di reperibilità e di comunicazione. È una storia di successo costruita su un marchio conosciuto da tutti gli italiani, su una rete commerciale di oltre 2.000 persone, su una tecnologia in costante evoluzione, su un database di 13 milioni di famiglie e 4 milioni di operatori economici (dati 2009), e su una vasta gamma prodotti che garantisce la disponibilità di un vero "sistema" integrato di comunicazione a circa 500 mila Clienti italiani: 53 milioni di volumi distribuiti nelle case e negli uffici (dati 2009), circa 29 milioni di chiamate directory assistance (dati 2009) e circa 323 milioni di visite sulle directories internet (dati 2009) mettono in contatto persone e aziende, esigenze e soluzioni e favoriscono gli scambi economici.

Con il patrocinio di



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



Ministro della
Coscienza



Ministero del Turismo



1861 > 2011 >>
150° anniversario Unità d'Italia

Partner



FEDERAZIONE
ITALIANA
ASSOCIAZIONI
FOTOGRAFICHE



EPSON®
EXCEED YOUR VISION

Contatti per la stampa:

SEAT PG

Direzione Comunicazione
comunicazione.stampa@seat.it
Tel. 011.435.2884
Fax 011.435.4953

Burson-Marsteller

Antonella Violante – Alessia Quaglio
antonella.violante@bm.com
alessia.quaglio@bm.com
Tel. 02.721431