

Il vostro bilancio di sostenibilità è pieno di dichiarazioni.

Vi proponiamo di sostituircene una con un fatto — e di farlo comprando un video che vi serviva comunque.

Per le imprese

Un faro finito e SPENTO, visto dal mare all'alba: la torre c'è, la luce no. È la stessa immagine dell'apertura del sito.

21/9 · DA GENERARE

45

PERSONE FORMATE

4

ORGANIZZAZIONI

6

ANNI, 2018 – 2024

Sei anni, quattro organizzazioni, nessuna struttura stabile.

Anch'io Posso nasce nel **2018 dentro Atlha**, con un corso di videomaking finanziato da **Fondazione Cariplo**: ventidue incontri, cinque partecipanti con disabilità. Il format ha funzionato e da lì è stato ripetuto in altre tre organizzazioni fino al 2024.

2018	Atlha	5 partecipanti	22 incontri · Fondazione Cariplo
2019 – 2024	Anffas	12 partecipanti	
2019 – 2024	Amico Charlie	13 partecipanti	12 – 18 anni, disagio giovanile
2019 – 2024	Oklahoma	15 partecipanti	

A condurlo non ci sono educatori con una telecamera: ci sono professionisti dell'audiovisivo, con trent'anni fra televisione e produzione d'impresa. È la ragione per cui alla fine di ogni percorso escono **video finiti e utilizzabili**, non attestati — e le associazioni li hanno poi usati davvero per comunicare.

Quello che non è mai esistito è il passo dopo: un posto dove andare a lavorare.

La «S» di ESG è quella che non si riesce a documentare.

Sull'ambientale avete numeri: consumi, emissioni, rifiuti. Sul sociale avete impegni, politiche e buone intenzioni — cioè parole che assomigliano a quelle di tutti gli altri.

E c'è un secondo problema, che conoscete anche meglio: se avete più di quindici dipendenti avete una quota di riserva da coprire, e coprirla bene è difficile. Non per cattiva volontà: perché le persone che entrano, in gran parte, non restano.

16%

di chi viene avviato al lavoro
conserva il posto dopo un anno

178.328

posti di quota riservata
scoperti in Italia al 31/12/2023

XII Relazione al Parlamento sullo stato di attuazione della legge 68/1999, anni 2022-2023

Le due cose sono lo stesso problema. Un avviamento è un adempimento; quello che non c'è quasi mai è un **mestiere** — qualcosa in cui la persona sia brava davvero e che un datore di lavoro riconosca come valore.

Noi costruiamo quel mestiere. E il primo cliente di chi lo impara potete essere voi.

La costa al buio vista dal mare, con i punti di luce che dovrebbero esserci e non ci sono.

16/9 · DA GENERARE

Non è nell'elenco. Ed è per questo che funziona.

Quando si pensa al lavoro per una persona con disabilità le opzioni sono quasi sempre le stesse: manutenzione, pulizie, logistica, inserimento dati. L'audiovisivo non compare mai. Ci sono due ragioni per cui invece funziona, e nessuna delle due era vera dieci anni fa.

01 La barriera d'ingresso è crollata

Un telefono recente, uno stabilizzatore, un microfono e un programma di montaggio: l'attrezzatura di una troupe leggera oggi costa quanto un computer d'ufficio, e si impara a usarla in dieci incontri. Fino a pochi anni fa servivano una sala di montaggio e un anno di scuola.

02 È un mestiere fatto di ruoli diversi, non di una competenza sola

Chi riprende, chi cura il suono, chi monta, chi guarda il risultato e dice cosa non va. Non serve saper fare tutto: serve trovare la cosa in cui si è più bravi di chi sta accanto.

UN ESEMPIO, DAI NOSTRI CORSI

L'audio l'ha tenuto un ragazzo cieco.

Cuffie in testa per tutte le riprese, e le musiche le sceglieva lui. Non come gesto simbolico: perché sentiva cose che gli altri non sentivano.

Non inseriamo persone nonostante la disabilità. Le mettiamo dove quella differenza specifica è un vantaggio.

Trent'anni di televisione, messi al servizio di questo.

Il laboratorio non lo conduce un educatore con una telecamera. Lo conducono tre professionisti che questo mestiere lo fanno e lo insegnano: è la ragione per cui alla fine escono video che si possono usare.

Ritratto di Christian Moggi

1/1 · DA GENERARE

Ritratto di Naù Germoglio

1/1 · DA GENERARE

Ritratto di Tatsiana Khamliuk

1/1 · DA GENERARE

Christian Moggi

IDEATORE DEL PROGETTO ·
REGISTA

DAMS di Bologna. Per anni alla guida della sede di Milano di Emmedue, service televisivo per Scherzi a Parte, Le Iene, l'Isola dei Famosi, X-Factor. Dal 2015 consulente di comunicazione e formatore.

Naù Germoglio

DOCENTE E PARTNER

Trentun anni nello show business, otto a MTV, dove ottiene il BBC Directing Multi-Camera Certificate. Dal 2006 freelance per Sky, Mediaset e Rai. Oltre venti documentari in festival internazionali. Dal 2009 insegna regia alla Civica Scuola di Cinema Luchino Visconti.

Tatsiana Khamliuk

DOCENTE E PARTNER

Accademia d'Arte di Minsk in regia televisiva, poi laurea magistrale in Cinema, Televisione e Nuovi Media allo IULM. Collaborazioni con Rai, Il Sole 24 Ore, Corriere della Sera, L'Osservatore Romano.

Cinque cose, e la prima è un video fatto bene.

01 Un video allo standard di sempre

Lo consegna Lighthouse: trent'anni di produzioni televisive, un responsabile tecnico su ogni lavoro, la stessa procedura di controllo di qualsiasi altra commessa. I ragazzi stanno in troupe nei ruoli in cui sono già bravi — è una squadra composta meglio, non una squadra più debole.

02 Un fatto verificabile al posto di una dichiarazione

Nel bilancio di sostenibilità potete scrivere quante persone sono state formate, in quali ruoli, con quali risultati. Con le riprese a documentarlo. È l'unica parte della «S» che si può mostrare invece di affermare.

03 Un budget che avete già

Questo non esce dalla voce donazioni: esce da quella della comunicazione, perché state comprando un video che vi serviva. È la ragione per cui il progetto può reggersi senza chiedere l'elemosina a nessuno.

04 Qualcosa che i vostri concorrenti non hanno

Le agenzie promettono tutte le stesse cose. Nessuna può raccontare come è stato fatto il video, perché nessuna lo fa così.

05 Una porta che potrebbe aprirsi

L'articolo 14 del d.lgs. 276/2003 consente di coprire parte della quota obbligatoria affidando commesse a una cooperativa sociale.

Oggi non è la nostra forma giuridica e quella strada è chiusa

— ma è una delle ragioni per cui la stiamo scegliendo adesso, e chi è al tavolo ora la sceglie con noi.

Affidandoci un lavoro. Punto.

Non vi chiediamo una donazione, non vi chiediamo di sponsorizzare niente e non vi chiediamo il logo su un banner. Vi chiediamo di comprare una cosa che comprate già.

UNO

Una commessa.

Un racconto d'impresa, un evento, una campagna, un video di prodotto. Al listino di sempre: non esiste un sovrapprezzo etico, e se esistesse sarebbe l'ammissione che il lavoro vale meno.

DUE

Il permesso di raccontarlo.

Non è obbligatorio, ma è la parte che fa girare il progetto: poter dire che quel video è stato fatto così, e con chi. Se preferite restare fuori dal racconto, il lavoro si fa lo stesso.

«E se il risultato non regge?»

Vale quello che vale per qualsiasi altro fornitore: si rifà. Il responsabile tecnico è nostro e la responsabilità della consegna è nostra, non dei ragazzi.

«Costa di più?»

No. Quello che cambia non è il prezzo: è dove va una parte di quello che pagate.

«È beneficenza travestita da commessa?»

Se lo fosse ve ne accorgeteste alla consegna, ed è esattamente il motivo per cui non lo è. Comprate un video perché vi serve un video.

Cosa succede se dite di sì.

01 Un incontro di mezz'ora

Ci dite cosa dovete pubblicare quest'anno e con che calendario.

Subito

02 Un preventivo

Sul vostro caso, come per qualsiasi altra produzione. Nessuna condizione speciale.

Entro una settimana

03 La produzione

Troupe Lighthouse, con i ragazzi nei ruoli in cui sono già bravi.

Sui tempi del progetto

04 La consegna

Il video finito. E, se volete, i materiali per raccontare come è stato fatto.

Alla fine

05 Il bilancio di sostenibilità

Vi diamo numeri e immagini per la sezione sociale: quante persone, quali ruoli, quali risultati.

Quando vi serve

Mezz'ora, e vi diciamo anche cosa non fa per voi.

Non vi chiediamo di crederci. Vi chiediamo mezz'ora per guardare insieme cosa dovete produrre quest'anno e capire quale pezzo può passare da qui — e quale no.

Se non c'entra con quello che vi serve, ve lo diciamo noi per primi. Un video consegnato male costerebbe a noi molto più che a voi.

LO STESSO FARO della copertina, stessa inquadratura e stessa ora, ACCESO:
adesso il fascio esce e taglia il mare.

21/9 · DA GENERARE

Il primo cliente di un mestiere nuovo è quello che se lo ricorda.

Christian Moggi · ideatore del progetto

christian@lighthousestudio.it · WhatsApp +39 349 467 4963

lighthousestudio.it/anchioposso