

VII Ciclo di Formazione in materia europea – Programma 2019

Comunicare lo Sviluppo Sostenibile Dall'Agenda 2030 alle Strategie regionali

Claudia Caputi
Responsabile comunicazione ASviS

CINSEDO - Roma, 24 maggio 2019



L'Agenda 2030



Il 25 settembre 2015, l'Assemblea Generale dell'ONU adotta l'Agenda 2030 e i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile da raggiungere entro il 2030

La firmano 193 Paesi, compresa l'Italia



- **L'Agenda Globale dell'Onu: una sfida per tutto il mondo**

Si tratta di un evento storico da vari punti di vista:

- **l'attuale modello di sviluppo** è stato giudicato **insostenibile** non solo sul piano ambientale, ma anche su quello economico e sociale, affermando una visione integrata delle diverse dimensioni dello sviluppo;
 - **tutti i Paesi sono chiamati a contribuire** per portare il mondo su un sentiero sostenibile, senza più distinzione tra Paesi sviluppati, emergenti e in via di sviluppo, a definire una strategia di sviluppo sostenibile e presentare i risultati all'ONU
 - **l'attuazione dell'Agenda 2030** richiede un forte coinvolgimento di tutte le componenti della società, dalle imprese al settore pubblico, dalla società civile alle istituzioni filantropiche, dalle università e centri di ricerca agli operatori dell'informazione e della cultura.
- Il processo di cambiamento viene monitorato attraverso un sistema basato su 17 Obiettivi, 169 target e 240 indicatori. Rispetto a tali parametri, ciascun Paese viene valutato periodicamente in sede ONU



Gli obiettivi di sviluppo sostenibile



- L'Agenda 2030 è il frutto di un lungo negoziato
- Superamento degli aspetti puramente ambientali
- Imparare a leggere la complessità dei fenomeni attraverso uno sguardo integrato
- Nessuna gerarchia



Gli obiettivi di sviluppo sostenibile



Si tratta di impegni molto concreti

- I 17 Obiettivi si sostanziano in:
 - – 169 target dettagliati
 - – oltre 240 indicatori

Esempio: Obiettivo 1, Sconfiggere la povertà:

- 1.1: Abolire entro il 2030 la povertà estrema
- 1.2: Dimezzare entro il 2030 le persone che vivono in povertà secondo gli standard nazionali

Il traguardo dell'Agenda Onu è al 2030, ma molti target sono al 2020:

- Target 8.6: entro il 2020, ridurre significativamente il numero dei Neet, i giovani che non studiano, non lavorano e non sono in formazione.



Urge cambiare modello di sviluppo

800 m vivono in povertà estrema

250 m di bambini sono analfabeti

1,4 M non hanno energia elettrica

800 m sono sottonutriti, 11 m nei paesi OCSE

700 m non hanno acqua pulita

8% specie scomparse, 22% a rischio

Il 50% delle persone non ha un'educazione secondaria

12 m di ettari di deserti all'anno

200 m disoccupati

600 m sono obesi

Metà della produzione agricola viene sprecata

0,5 m più ricchi hanno il 90% della ricchezza

80% delle acque di scarto non vengono ripulite

1,5 M riceve il 5% del GDP mondiale

60 m in schiavitù



- Ufficio stampa e i limiti della comunicazione della sostenibilità
- Comunicare lo sviluppo sostenibile ai giornalisti – L'importanza della chiave
- Il pregiudizio ambientalista – Un comunicato che riporti la chiave sviluppo sostenibile è automaticamente destinato alla redazione ambientale o specializzati
- Il limite delle separazione delle redazioni – spesso il comunicato inizia un viaggio destinato a finire nel cestino se non strettamente attinente all'attualità
- L'informazione specializzata – la stampa di settore fa un lavoro molto importante nella divulgazione di temi legati allo sviluppo sostenibile
- Centinaia le testate che si occupano di ambiente e di sostenibilità ma per la grande maggioranza si rivolgono ad addetti ai lavori





Comunicato Stampa

Elezioni: ASviS ai politici, cruciale inserire lo sviluppo sostenibile nei programmi elettorali

L'ASviS si confronta con i principali partiti e movimenti politici sul tema dello sviluppo sostenibile.

Il Portavoce, Enrico Giovannini: "Il 70% degli italiani vuole politiche per lo sviluppo sostenibile. La politica guardi ai problemi attuali e trovi il coraggio di proporre soluzioni innovative per un'Italia sostenibile da tutti i punti di vista. L'ASviS propone progetti concreti per aumentare il benessere e portare l'Italia a conseguire gli obiettivi di sviluppo sostenibile sui cui si è impegnata".

I partiti inseriscano politiche per lo sviluppo sostenibile nei loro programmi e si impegnino con gli elettori a raggiungere entro il 2030 i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile, come prevede l'Agenda 2030 dell'Onu sottoscritta dall'Italia a settembre 2015. Lo chiede l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), cui aderiscono oltre 140 organizzazioni, istituzioni e reti della società civile, che ha riunito stamani a Palazzo Giustiniani importanti esponenti dei maggiori partiti e movimenti politici per un dibattito sul tema *"La politica di fronte alla sfida dello sviluppo sostenibile"*, aperto dal discorso del **Presidente del Senato, Pietro Grasso**, e moderato da Massimo Giannini e Maria Latella.

Il comunicato stampa a cui è stata cambiata la chiave: da Elezioni ad Ambiente





Sono state **49.455** le notizie presentate tra novembre 2017 e ottobre 2018 nelle edizioni Prime Time dei sette principali Tg italiani; di queste, solamente **il 9%** dedicato **all'Ambiente** in generale (complessivamente **4.650**)



- **L'ASviS** nasce il 3 febbraio del 2016 per far crescere nella società, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 per il futuro dell'Italia e per diffondere nel Paese la cultura della sostenibilità.
- **L'Alleanza** riunisce attualmente oltre 220 aderenti tra le maggiori istituzioni e reti della società civile, che hanno messo a disposizione 300 esperti per contribuire alle attività dell'ASviS attraverso i gruppi di lavoro tematici e trasversali.



- **Monitora** l'andamento del Paese verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile
 - Produce indicatori, modelli, analisi, proposte, progetti
- **Elabora** proposte concrete per contribuire a portare il Paese a raggiungere gli SDGs
 - Riforma del CIPE, proposta di legge Costituzionale, Cabina di regia PdC
- **Fa pressione** sulla classe politica per dare attuazione alle proposte
 - Appello durante la campagna elettorale, proposta
- **Realizza** programmi di formazione per studenti, insegnanti, giornalisti
 - Corso e-learning, summer school, scuola di alta formazione PA, corsi per giornalisti
- **Fa informazione e comunicazione sullo sviluppo sostenibile e chiama in causa tutti gli operatori dell'informazione per:**



Obiettivi di informazione e comunicazione



- **Diffondere la conoscenza dell'Agenda 2030 dell'ONU a tutti i livelli** attraverso uso di strumenti di comunicazione tradizionali e ricerca di mezzi e linguaggi innovativi
- **Promuovere un cambiamento culturale e una visione integrata dello sviluppo sostenibile** sul piano economico, sociale e ambientale
- **Diffondere la cultura della sostenibilità** attraverso campagne di informazione, disseminazione di buone pratiche e proposte di ricerca innovative, a livello internazionale, nazionale e territoriale aiutando a elaborare strategie regionali per lo sviluppo sostenibile
- **Educare alla sostenibilità** attraverso corsi di e-learning, alta formazione PA, summer school



Diffondere la conoscenza dell'Agenda 2030 - Il video ASviS



16.10 Garantire l'accesso del pubblico alle informazioni e proteggere le libertà fondamentali, in conformità con la legislazione nazionale e con gli accordi internazionali



Mezzi di informazione e comunicazione



Il portale dell'ASVIS

- Informazioni sull'organizzazione, notizie di rilevanza nazionale e internazionale, aggiornamenti, approfondimenti, dossier tematici, l'agenda degli eventi più importanti sui temi della sostenibilità
- I sotto-siti contengono approfondimenti su ogni singolo Obiettivo



Mezzi di informazione e comunicazione



- **La Newsletter** – La redazione pubblica ogni settimana un approfondimento «Evidenza» e ogni mese una Newsletter che contiene notizie, commenti, comunicazioni rilevanti per l'Organizzazione. Viene inviata a oltre 10 mila utenti
- **AltaSostenibilità**
Programma radiofonico ospitato da Radio Radicale il lunedì alle 12 che approfondisce temi di attualità collegati allo sviluppo sostenibile
- **WebTV** – Segnala, attraverso servizi giornalistici, le notizie più rilevanti e i principali appuntamenti sui temi dello sviluppo sostenibile che si svolgono in tutta Italia



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile



- **Il Festival dello Sviluppo Sostenibile**
17 giorni di mobilitazione un unicum a livello nazionale e internazionale



Finalisti SDGs Award del segretariato generale ONU

Manifestazione diffusa su tutto il territorio nazionale per coinvolgere e sensibilizzare fasce sempre più ampie della popolazione sui temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale, andando oltre gli addetti ai lavori, per promuovere un vero cambiamento culturale

Media partnership, visibilità su diversi mezzi (schermi negli stadi, stazioni e aeroporti)



EDIZIONE 2017:

221 eventi realizzati, **2.300 relatori**, **decine di migliaia di partecipanti**, oltre **46mila visitatori del sito del Festival** (con più di 110mila visualizzazioni), oltre **4 milioni le persone raggiunte tramite i social**.

EDIZIONE 2018:

702 eventi, **20 eventi nazionali**, **300 eventi** organizzati dalle università, migliaia di studenti, **120mila utenti** e oltre **570mila visualizzazioni** sul sito del Festival e dell'ASviS, **4,4 milioni** di persone raggiunte tramite social, decine di milioni con hashtag, **190mila** visualizzazioni delle dirette degli eventi ASviS, oltre **500 articoli** stampa, web e servizi radio tv, introduzione WebTV del Festival

EDIZIONE 2019: oltre 1000 eventi



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile(2)



Campagne di comunicazione per il Festival dello Sviluppo Sostenibile

Comunicare la complessità e la call to action:

Le campagne di sensibilizzazione

- Disegniamo il presente cambiamo il futuro
Donna che appoggia lievemente una mano sulla terra e guarda al futuro
La call to action è nel claim
- [Senza di te lo sviluppo sostenibile non c'è](#)
Campagna people
Campagna social



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019



FESTIVAL
DELLO
SVILUPPO
SOSTENIBILE
2019

PROMOSSO
DA



METTIAMO MANO AL NOSTRO FUTURO.



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019 - il video



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile 2019



PROPOSTE PER DARE UN "COLPO D'ALA" ALLA POLITICA DI SVILUPPO SOSTENIBILE IN EUROPA



TORNA LA WEBTV QUOTIDIANA SUL FESTIVAL, BUONA VISIONE!



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile



Tutte le date Tutte le regioni Tutti gli SDGs



Roma 13 maggio 2019

FOOD INNOVATION

Fiera di Roma, Diplomacy, Sustainaway



Benevento 13 maggio 2019

BENEVENTO, CERIMONIA DI SALUTO INTERCULTURALE - ITALIANI OGGI, CITTADINI GLOBALI DOMANI

Intercultura Onlus



Milano 13 maggio 2019

GLI APERITIVI DI ALTIS | A SCUOLA DI SOSTENIBILITÀ. DAL FARE AL RENDICONTARE L'IMPEGNO SOCIALE E AMBIENTALE NEGLI ISTITUTI SCOLASTICI

Altis Università Cattolica



Milano 13 maggio 2019

MILANO, PREMIAZIONE DEI VINCITORI DEL CONCORSO INTERCULTURA E DELLA BORSA DI STUDIO IN MEMORIA DI BEATRICE



Padova 13 maggio 2019

INCONTRO CON LUCA MERCALLI - RISCALDAMENTO GLOBALE: CENT'ANNI DI DICERDA SCIENTIFICA ED È ANCORA LUN



Verona 14 maggio 2019

MOSTRA FOTOGRAFICA: RITRATTI DEL MEDITERRANEO (BELLEZZA & FRAGILITÀ)



Altre campagne di sensibilizzazione social

#2030whatareUdoing?

Oltre 1000 contributi per descrivere oltre 400 progetti per lo sviluppo sostenibile degli aderenti



#Act4SDGs - Campagna globale lanciata in occasione del 3° anniversario dell'Agenda 2030, oltre 50mila persone raggiunte e il video proiettato all'Onu e al Guggenheim



«**Un Goal al giorno**» – Campagna digital e stampa dedicata alla diffusione dei risultati del Rapporto ASviS 2018 (17 giorni e diffusa anche attraverso brevi video) raggiungendo complessivamente oltre 350mila persone



Mezzi di informazione e comunicazione



In poco più di tre anni, l'ASviS è diventata un punto di riferimento istituzionale e un'autorevole fonte di informazione sui temi dello sviluppo sostenibile.

Strumenti di informazione:

Le fonti

- **Il Rapporto annuale**

Monitora l'andamento del Paese e delle Regioni verso gli SDGs e propone alle istituzioni una serie di azioni per portare il Paese sul sentiero della sostenibilità. Ci lavorano oltre 300 esperti riuniti in Gruppi di lavoro. Viene presentato ogni anno a ottobre in Parlamento

- **Il database ASviS degli indicatori sugli SDGs**

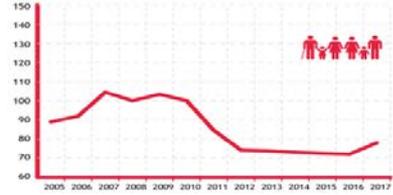


L'Italia rispetto ai 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile



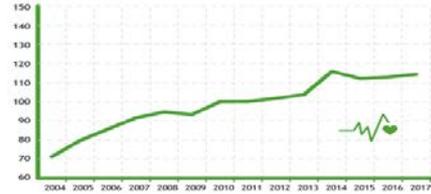
GOAL 1

Porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo



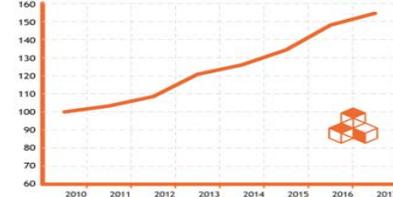
GOAL 3

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età



GOAL 9

Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile



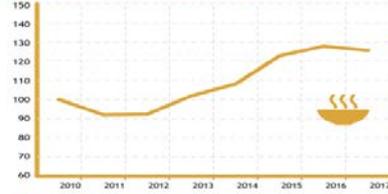
GOAL 11

Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili



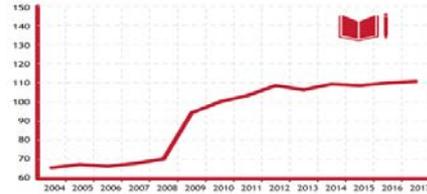
GOAL 2

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile



GOAL 4

Fornire un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti



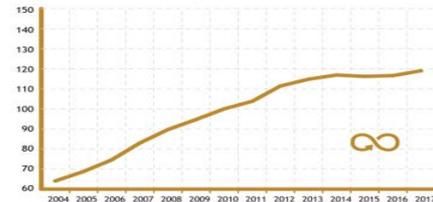
GOAL 10

Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni



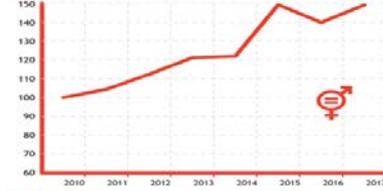
GOAL 12

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo



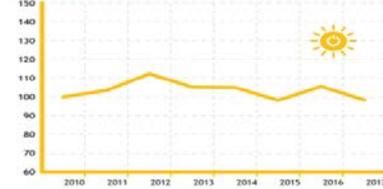
GOAL 5

Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze



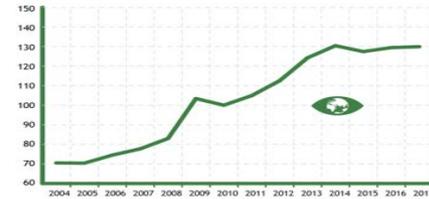
GOAL 7

Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni



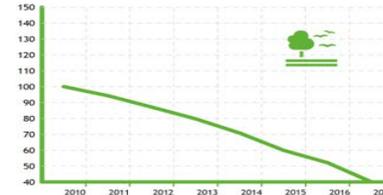
GOAL 13

Adottare misure urgenti per combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze



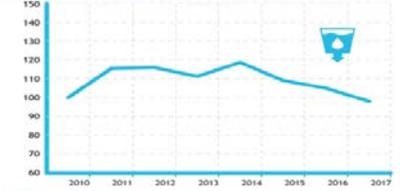
GOAL 15

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica



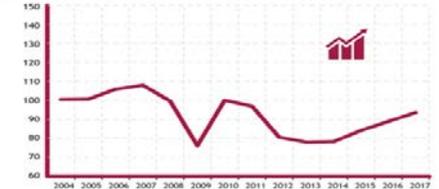
GOAL 6

Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie



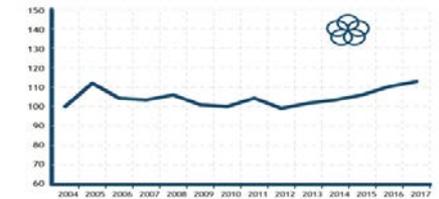
GOAL 8

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti



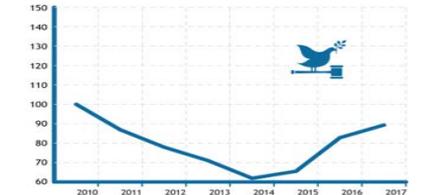
GOAL 17

Rafforzare il partenariato mondiale e i mezzi di attuazione per lo sviluppo sostenibile



GOAL 16

Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli



Tra le proposte dell'ASviS:

- introdurre lo sviluppo sostenibile tra i principi fondamentali della nostra Costituzione;
- attivare a Palazzo Chigi la Commissione nazionale per lo sviluppo sostenibile prevista dalla Direttiva della Presidenza del Consiglio del 16 marzo;
- trasformare il Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica (CIPE) in “Comitato Interministeriale per lo Sviluppo Sostenibile”;
- adottare un’Agenda urbana nazionale basata sugli SDGs, che si proponga come l’articolazione della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile per le aree metropolitane;
- istituire presso la Presidenza del Consiglio un organismo permanente per la concertazione con la società civile delle politiche a favore della parità di genere;
- predisporre “linee guida” per le amministrazioni pubbliche affinché applichino standard ambientali e organizzativi che contribuiscano al raggiungimento degli SDGs;
- allargare l’insieme di imprese soggette all’obbligo di rendicontazione non finanziaria, strumento ormai indispensabile per accedere al crescente flusso di investimenti attivati dalla “finanza sostenibile”.



Analisi della Legge di Bilancio 2019



Una lettura della legge di Bilancio seguendo i 169 target

Esame comma per comma per verificare la rispondenza della Legge agli Obiettivi dell'Agenda 2030



La comunicazione della sostenibilità



– **Sostenibilità: la parola dell'anno**

Non c'è pubblicità in cui non sia inserita per decantare prodotti non nocivi per l'ambiente

– **Moda o filosofia aziendale?**

La sostenibilità come strumento di marketing e di reputazione aziendale



La comunicazione della sostenibilità



- Tutte le aziende si dichiarano sostenibili perché il mercato lo pretende.
- La sostenibilità è quindi un elemento di competitività che spesso resta schiacciata sui concetti di risparmio energetico, gestione dei rifiuti o di eco compatibilità restando così confinata in ambito ambientale
- La finanza guarda sempre di più alle imprese sostenibili e all'applicazione dei criteri ESG
- I criteri ESG (environmental, social, governance) misurano l'impegno dell'impresa a favore dell'ambiente, della società e al rispetto dei criteri di diversità e parità di genere. Oggi sono un elemento fondamentale del successo dell'azienda



Le imprese e la comunicazione della sostenibilità



- L'azienda deve produrre profitto per sopravvivere, ma la sostenibilità economica benché necessaria per la sopravvivenza del business non è più sufficiente (profit, people, planet, le tre P del modello triple bottom line di Elkington)
- La sostenibilità è diventata una leva competitiva e incide in modo decisivo sulla reputazione, la percezione, il processo di selezione e acquisto di un prodotto
- Le aziende che sono sostenibili hanno affrontato un processo di cambiamento e di revisione dei processi che hanno portato alla produzione di valore condiviso esteso a tutta la filiera e ai fornitori
- Dunque l'azienda che si dice sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale deve poterlo misurare (rendicontazione non finanziaria)

Qualsiasi elemento distorca l'aspetto valoriale della sostenibilità è greenwashing.

Il greenwashing – letteralmente significa lavare con il verde, dire che qualcosa è compatibile con la tutela dell'ambiente quando di fatto non lo è.



Le imprese e la comunicazione della sostenibilità



A nessuna azienda conviene il greenwashing

- La sostenibilità è dunque un cambio di paradigma che crea consenso e reputazione
- Un'azienda che fa dell'attenzione al contesto ambientale e sociale uno dei driver fondamentali della propria attività non può prescindere dal coinvolgimento di tutti gli stakeholder (lavoratori, fornitori, azionisti, comunità locale, ecc.)
- Un'azienda può dire di essere sostenibile solo al termine di un processo che vede coinvolta tutta l'impresa e del suo modus operandi
- La comunicazione della sostenibilità che avvenga prima che l'azienda abbia maturato questo processo è greenwashing



La comunicazione della sostenibilità



- Esempio di **greenwashing** è rappresentato dalle acque minerali che hanno subito sanzioni dall’Autorità garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust) per comunicazioni scorrette o ingannevoli – Bottiglie di plastica amiche dell’ambiente o bio o eco-friendly
- Una famosa azienda alimentare italiana si dichiarava sostenibile ma faceva uso di olio di palma per produrre il quale intere regioni sono state disboscate
- Per cercare di arginare il fenomeno del **greenwashing** è stato introdotto un nuovo articolo (12, “Tutela ambientale”) nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale che risponde all’esigenza del controllo dei “green claim”, messaggi pubblicitari che contengono rivendicazioni ambientali.
- Il nuovo articolo del Codice di Autodisciplina codifica le numerose indicazioni provenienti dalla giurisprudenza del Giurì sul come fare “green advertising” senza fare “green washing”



La comunicazione della sostenibilità



Il greenwashing ha vita breve

- Le «pennellate di verde» che richiamano l'attenzione e non impegnano hanno vita ha vita breve perché i consumatori e in generale gli stakeholder oggi sono molto più attenti
- Millantare strategie sostenibili e non attuarle può essere un boomerang con effetti spesso irrecuperabili sul fronte della credibilità e della immagine aziendale. Oggi è sufficiente un solo tweet per produrre ricadute negative e difficilmente sanabili (esempio BP)
- Danno di immagine per alcune case automobilistiche derivato dalla manipolazione delle informazioni sull'emissione di CO2



La comunicazione della sostenibilità



Analizzato e teorizzato da un'agenzia americana TerraChoice che studiò la comunicazione dei prodotti di largo consumo (in USA e Canada) che dichiaravano un posizionamento “verde”. Il risultato fu una lista dei 7 peccati (tipici) del *greenwashing*:

- **nascondere**: presentare la sostenibilità di un prodotto in base a pochi e limitati attributi senza considerare l'impatto complessivo del ciclo produttivo
- **inventare**: pubblicizzare caratteristiche ecologiche non supportate da dati accessibili e/o certificazioni
- **approssimare**: utilizzare concetti volutamente vaghi e indefiniti tali da creare confusione e trarre in inganno il consumatore
- **falsificare**: utilizzare false certificazioni per indurre i clienti a credere in una garanzia esterna all'azienda
- **esaltare**: pubblicizzare caratteristiche prive di utilità in termini di sostenibilità e/o che fanno riferimento a degli obblighi di legge
- **minimizzare**: puntare su una caratteristica positiva quando l'intero prodotto appartiene a una categoria decisamente impattante
- **mentire**: dichiarare il falso

Il risultato dell'indagine del 2010 fu che oltre il 95% dei prodotti che si dichiaravano verdi e avevano una comunicazione verde commettevano almeno uno dei 7 peccati sopra descritti.



Le imprese e la comunicazione della sostenibilità



Verificare le notizie, controllare le fonti

Alcuni aspetti da tener conto nel giudicare l'azienda sotto il profilo della sostenibilità:

- **l'autenticità** (verificare come opera l'azienda oltre i messaggi pubblicitari)
- la **trasparenza** (un'azienda non è una onlus quindi non è possibile che sia ad emissioni zero dunque la comunicazione sugli aspetti positivi deve essere autorevole e credibile)
- la **continuità** (l'azienda è green nel DNA, deve essere impegnata e la comunicazione green one shot non paga e in ogni caso va verificata)
- la **coerenza** (non lo è un'azienda che si dichiara green ma poi fa un evento altamente energivoro, inquinante o che fa un uso spropositato di carta)
- **l'informazione** sulla misurazione dell'impatto sociale e ambientale - verificare se l'azienda che si dichiara sostenibile esegue una reale misurazione dell'impatto sociale e ambientale della propria attività attraverso il **Bilancio di sostenibilità**.



Misurare la sostenibilità



- Il Bilancio di sostenibilità – valuta la performance non finanziaria dell’azienda – Quanto l’azienda utilizza risorse naturali e quanto restituisce in termini di beni e servizi alla comunità di riferimento
- Vengono rendicontati gli impatti generali rispetto alla dimensione ambientale e sociale dell’impresa
- Fornisce informazioni chiare ed esaustive agli stakeholder per valutare l’azienda nel suo complesso con particolare attenzione a quanto fatto per contribuire allo sviluppo sostenibile
- Indicatori GRI (Global Reporting Initiative) – organizzazione no profit che promuove la sostenibilità delle imprese in tutto il mondo



Conclusioni

Ricordiamoci del Goal 16 che richiama alla responsabilità il sistema d'informazione per cercare la verità e pretendere trasparenza



Ma se ce ne dimentichiamo...



C'è una ragazzina svedese con le trecce ce lo ricorda



Grazie per l'attenzione