

DONNE D'ATTACCO

Il verde dipinto di rosa

Il 67,6% delle donne acquista prodotti bio. Il 46% sarebbe pronto a cambiare stile di vita per aiutare il pianeta. La consapevolezza green coinvolge sempre più ragazze e signore. Giovani come Cecilia Fiacco o mature come Laura Basili e Ilaria Cecchini: crescono le protagoniste di un 'ecofemminismo' che spazia dall'Italia al mondo



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

S

iccome la retorica è in agguato e gli stereotipi pure, usati in chiave polemica o come foglia di fico, facciamo parlare i numeri. Nelle scelte economiche, alimentari comprese, le donne controllano l'80% dei bilanci famigliari. E se vanno a fare la spesa, si portano dietro le borse da casa per evitare quelle di plastica: 69%. Il 67,6% acquista prodotti bio contro il 57,9% degli uomini; e quando si muovono, ragazze e signore non disdegnano i mezzi pubblici nel 30% dei casi, contro il 22% del sesso forte.

I dati arrivano dal Nielsen Consumer Panel e introducono un argomento a rischio retorica per l'appunto, ma che è una realtà di fatto: il verde è rosa, la sostenibilità – ambientale e sociale – trova nelle donne il proprio punto di forza. Soprattutto, le donne fanno. Lavorano, sotto i riflettori o dietro le quinte. Alcune ci hanno messo la faccia. Lo hanno fatto Greta Thunberg, Wangari Maathai, leader del movimento ambientalista africano, o Vandana Shiva, scienziata indiana che non si stanca di denunciare le contraddizioni della nostra economia e delle conseguenti scelte politiche. Lo fanno le giovani influencer italiane, le cui storie raccontiamo nelle prossime pagine, o le due ex manager di casa nostra che si sono inventate una piattaforma per dare concretezza alla definizione 'sostenibilità sociale' e che ragionano sul rapporto donne e lavoro, come spiegano nell'intervista.

La Rete è la complice d'elezione di questa falange macedone dell'impegno sostenibile, a causa anche delle limitazioni date dalla pandemia e grazie alla facilità del mezzo. Su tutti i media vince Instagram, testimone di momenti e di pensieri.

Giovani, giovanissime e donne mature non si danno insomma per vinte, non aspettano che altri prendano decisioni, spesso tardive. Si impegnano, tanto che si rafforza la convinzione che la cura



Roberta Bonacossa (a destra) con le due sorelle cofondatrici di Change for Planet: Ilaria (al centro) e Irene Ghaleb, anche vice presidente di Cfp. La foto è stata scattata in occasione di Cop26, la conferenza dell'Onu sui cambiamenti climatici, svoltasi a Glasgow in novembre.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

per l'ambiente e il sociale sia una filiazione del femminismo che fu.

Il Women's Forum for the Economy & Society ha commissionato a Ipsos una ricerca per capire come i Paesi del G20 siano disposti a cambiare il proprio stile di vita, per inquinare di meno. Il 46% delle donne lo farebbe per "sentire che faccio qualcosa di utile per il pianeta", mentre il dato si ferma al 41% per l'altro sesso.

Fare della sostenibilità un impegno quotidiano, anche professionale, è dunque una realtà per molte. Non è un caso che al vertice del Wwf Italia ci siano per la prima volta due donne – Donatella Bianchi presidente, Alessandra Prampolini direttore generale – così come alla guida di Italian Climate Network si trova la climatologa Serena Giacomini. Mentre un personaggio come Martina Rogato, docente di sostenibilità alla Lumsa, è stata inserita fra le 100 donne che stanno cambiando il nostro Paese da StartupItalia.

L'Istat ha dato vita a un premio per talenti femminili del settore agrario e zootecnico, 'Donne e sostenibilità' (tutti i dettagli sul sito Censimentoagricoltura.istat.it), perché so-

prattutto sul cibo le donne stanno dimostrando una soglia di attenzione altissima, sia quando vanno a fare la spesa sia nel lavoro, mettendo in campo creatività, capacità di fare lobby e impegno civile. Un esempio lo ha dato Maria Sanvito di FattoriaMia, startup che si prefigge non solo di sostenere produzioni bio e di offrirne i prodotti, ma di avere una funzione educativa, candidandosi come ponte fra città e mondo rurale (vedi pag. 62-63).

Poi c'è la politica, con il cosiddetto ecofemminismo chiamato a dire la sua anche sulla parità di genere. La tesi è semplicissima: un processo di sostenibilità ambientale non può prescindere da iniziative politiche che vadano a incidere sulle discriminazioni economiche, giuridiche, sociali e culturali ancora largamente presenti.

Forse non saranno le donne a salvare il pianeta, sicuramente non da sole. Però ci stanno provando, inquinando meno, lavorando a progetti, facendo lobby e scendendo in piazza. Usando i media e protestando anche, per farsi sentire. Con la benedizione di papa Francesco.

Stefania Berbenni

© riproduzione riservata

DONNE D'ATTACCO

Federica, la green influencer

Ammettiamolo, un po' di pregiudizi prima dell'intervista li avevamo: vuoi dire che la 26enne **Federica Gasbarro** fa parte della nutrita schiera di quelli che dicono quasi sempre no, criticano, si inventano slogan facili, giocano con i luoghi comuni senza informarsi e studiare la materia di cui parlano? E invece la 'Greta d'Italia', come viene chiamata in onore alla svedese Thunberg, spiazza per densità di pensiero, capacità critica, preparazione. Il novembre scorso era a Glasgow, come attivista italiana delegata allo Youth4Climate, l'incontro dei giovani a margine della Cop26. Il suo curriculum è da applauso: origini abruzzesi, laurea in scienze biologiche, accolta dal Papa sempre grazie alla sua militanza ecologista, e rappresentante per l'Italia al Palazzo di vetro dell'Onu nel 2019. È una green influencer seguitissima, tanto che *Forbes* Italia l'ha inserita tra i 100 giovani italiani influenti e probabile leader

Ma non è troppo facile criticare, criticare?

Bisogna far rumore per mantenere alta l'attenzione. Certo criticare è facilissimo. Ed è il motivo per cui io e altri ragazzi delegati abbiamo portato proposte, suggerito soluzioni.

Tipo?

Emissioni zero entro il 2030.

Ma non è utopico?

Lo è in questa società con questa mentalità. Basterebbe trattare il clima come una vera crisi mondiale, esattamente come si è fatto per il Covid. Se dessimo più incentivi alla ricerca, se stabilissimo un tempo limite, magari il 2035, 2040... Invece, mantengono le emissioni sotto l'1,3 quando gli scienziati dicono che saranno al 2,4.

Morale?

Bisogna chiedere il doppio per ottenere la metà.

Nel concreto: che cosa fare?

Informarsi, perché quando comprendi e capisci il problema sei proiettato a trovare soluzioni.

Per esempio?

Comprare vegano, evitare gli allevamenti di animali. Attenzione, però: se il vegano arriva dalla Cina dopo un viaggio di 10 ore in aereo.

Perché le donne sono in prima linea sul tema della sostenibilità e dell'ambiente?

È una bellissima domanda, ma io non posseggo la risposta. Di facciata siamo più donne, però i ragazzi ci sono, e tanti. Forse sono più timidi.

Lei è molto impegnata sui social: perché?

Io ho l'obiettivo di arrivare ai ragazzi. I nonni fanno quello che i nipoti suggeriscono.

Però i media virtuali condannano alla superficialità.

All'inizio la pensavo anch'io così, ma mi sono accorta che se dai pillole concrete - che ne so: la lista dei

negozi vegani, un nuovo studio scientifico - allora eviti il rischio degli slogan facili.

Che effetto fa essere una green influencer, con 23mila follower su Instagram?

Instagram è il social con cui sono partita, lì ho creato una community. Facebook l'ho usato per l'università.

Nel 2019 è entrata al Palazzo di vetro: che cosa ha provato?

Mi tremavano le gambe, era anche la mia prima volta a New York e che facevo un viaggio oltreoceano. Però, se eravamo stati scelti era perché i giovani avevano criticato l'Onu. Ho preso coraggio ed è andata bene.

Che effetto le fa essere chiamata la 'Greta d'Italia'?

All'inizio mi faceva un po' strano. Con il tempo, ho imparato ad apprezzarlo: è come se la società mi riconoscesse il duro lavoro che sto facendo per l'ambiente. Adesso, mi piace veramente essere la Greta d'Italia. **S. B.**



Federica Gasbarro, attivista sui temi climatici, interviene durante la conferenza che si è tenuta il 4 ottobre 2021 in Vaticano, presenti papa Francesco e numerosi leader di diverse religioni, uniti nell'appello ai governi mondiali affinché si impegnassero a raggiungere obiettivi ambiziosi alla conferenza Cop26 delle Nazioni unite sul clima (foto Alessandro Di Meo/AP/LaPresse).

in futuro, e Mondadori le ha appena pubblicato 'Amici della terra'.

Quando e dove è nata la sua sensibilità ambientale?

In famiglia, grazie a una nonna contadina e a sua sorella: mi portavano a fare passeggiate spiegandomi tanti segreti della natura. Durante l'università mi sono resa conto che la salvaguardia del pianeta non è ideologia, ma realtà. Ho avuto la percezione dell'urgenza. Diciamo che da ragazza avevo la passione per la natura, poi ho percepito il pericolo.

L'emozione più forte prima di partire per Glasgow?

Negli ultimi anni molti governi avevano dato segnali forti, mi aspettavo accordi veri all'altezza dell'urgenza. Le prime bozze uscite facevano ben sperare e poi...

Poi, il colpo di scena dell'India che non ha sottoscritto l'eliminazione del carbone entro il 2030.

Non solo quello.

Wab, due amiche e una piattaforma

Ex colleghe, amiche, separate per anni dai percorsi della vita: il lavoro, le maternità, le lontananze fisiche. Finché su tutto hanno vinto le affinità elettive che uniscono da sempre **Laura Basili**, 52 anni, e **Ilaria Cecchini**, 46. Lo si capisce da come si passano la parola (e il pensiero), e soprattutto dalla loro Women at Business, ormai nota come Wab. È l'acronimo che indica la piattaforma che le due amiche si sono inventate per valorizzare le competenze delle donne e favorire la progettualità delle aziende. In due anni hanno raccolto una community di 6mila iscritte, dando alle parole 'sostenibilità sociale' una messa a terra. Un buon esempio di startup ispirata a una realtà che, come si è visto in pandemia, è velocissima a scaricare le donne dal mondo del lavoro.

I vostri curricula?

Laura Basili - Mi sono laureata in filosofia con l'indirizzo in comunicazione sociale. Ho lavorato in agenzia, in aziende, nel 2007 ero a Londra. Poi consulente, mamma. E nel 2019 ho sentito l'esigenza di tornare in Italia con un progetto cui dedicarmi.

Ilaria Cecchini - Mi sono laureata in scienze della comunicazione. Ho lavorato in Sud America, Svizzera, in Italia per Telecom dove ci siamo incontrate. Ho tre figli e un master in business innovation.

Women at Business è giovane: è nata nel 2019. Come è nata l'idea?

L. Basili - Da un'esperienza personale: che fare, a chi rivolgersi in certi momenti della vita? Chi si occupa di tutte quelle donne che vorrebbero tornare a lavorare? La nostra piattaforma fa incontrare aziende e questo fiume di competenze.

Si paga una quota d'iscrizione a Wab?

L. Basili - Solo le aziende. Per le donne è gratis. Mettono il loro profilo. È il Tinder del mondo del lavoro. Ci sono 30



Ilaria Cecchini

Laura Basili

aziende molto eterogenee per dimensioni e settore. Abbiamo già generato 2mila incontri e abbiamo dato l'opportunità a molte donne di essere prese in considerazione. Il Covid ha dimostrato che c'è un'espulsione di genere.

Contratti firmati ci sono stati?

I. Cecchini - Noi siamo un facilitatore, non sappiamo. Però qualcuna ci ha scritto dicendoci che era andata bene. Molte ci dicono: "Finalmente qualcuno ci considera". La nostra missione è far circolare le competenze.

Negli ultimi tempi, c'è molta retorica sul ruolo delle donne.

L. Basili - Noi ci limitiamo ad andare dalle aziende sollecitando programmi che diano alle donne nuove opportunità.

I. Cecchini - Siamo contro tutti gli stereotipi. Non parliamo mai di soffitti di cristallo, quote rose. Siamo strumenti concreti per donne che hanno voglia di mettersi in gioco o di ricominciare.

Qual è il target delle donne iscritte a Wab?

L. Basili - Il 20% sono sotto i 35 anni, neolaureate, e fanno fatica a trovare un contratto. Il rimanente sono neomamme, o donne uscite dal mondo del lavoro. In Italia c'è una discriminazione sull'età: a 40-42 anni sei già considerata vecchia. Per questo, noi non chiediamo l'età ma solo il profilo.

Che cosa significa per un'azienda sostenibilità sociale?

I. Cecchini - Vuol dire investire sulle donne, per far sì che le nostre figlie e nipoti abbiano le stesse opportunità di un coetaneo uomo. Se ne gioverebbe la società tutta. **S. B.**

La Biancaneve di Fridays for Future

Ha il volto di una bambinetta. All'anagrafe è stata iscritta 18 anni fa. Ha occhioni da Biancaneve. Sentendola parlare però, si capisce che ancora una volta l'apparenza inganna, perché **Cecilia Fiacco**, rappresentante a Milano di Fridays for Future, non è volatile come molte sue coetanee, ha piedi per terra, determinazione, merito forse del suo sangue per metà tedesco (da parte di madre), delle scuole frequentate (per l'appunto quella della lingua materna) e di una grinta innata. È sul punto di lasciare l'Italia a giugno, proprio ora che è diventata un punto di riferimento per molti giovani della città.

Perché?

Non ho mai vissuto in Germania. Farò l'università a Berlino.

E così lascia Milano dove è un'attivista verde.

Ma a Berlino troverò contatti. La nostra rete funziona.

Di Milano che cosa le piace?

Diciamo che è più brava di altre città per quanto riguarda la sostenibilità. Ma potrebbe fare molto, molto di più e meglio.

Cosa l'ha spinto a impegnarsi in Fridays for Future?

È la lotta più importante che i ragazzi della mia generazione possono e devono combattere. Ora.

Che effetto fa stare sotto i riflettori già a 18 anni?

Non mi fa paura parlare in pubblico, forse perché lo faccio per il movimento, non per me stessa.

Quale social usa per comunicare?

Ho scelto Instagram, quello più usato dai giovanissimi. Non ho un indirizzo personale, perché il mio lavoro è dedicato alla pagina del movimento. E lì abbiamo 15mila follower.

Se dovesse riassumere il suo pensiero, quali le parole d'ordine?

Urgenza. Cambiamento sistematico. Soluzioni possibili. Agire subito.

Perché le donne sono più sensibili al tema ambiente e sostenibilità?

La crisi climatica non colpisce tutti in egual modo. Colpisce di più le persone meno privilegiate e le donne sono fra queste. **S. B.**



Cecilia Fiacco

DONNE D'ATTACCO

Una fondazione per economia e uguaglianza

Presidentessa di **Global Thinking Foundation**, che si occupa di violenza economica; 30 anni nelle principali banche italiane. Dal 2003 **Claudia Segre** si occupa di educazione finanziaria e dal 2006 è direttrice delle pubblicazioni e membro del consiglio direttivo di Assiom Forex. Esperta di geopolitica e di economia e finanza, Segre con la fondazione partecipa agli incontri organizzati dall'Ocse per supportare l'istruzione di qualità, l'uguaglianza di genere, il lavoro dignitoso e la crescita economica.

Come nasce la fondazione?

Tutto è iniziato sei anni fa. Eravamo solo in due, ora siamo 12 tra Italia e Francia, sei in America, oltre 70 volontari in Italia e 15 in Francia. La fondazione nasce con una sede

progetto europeo, che riguarda Francia e Italia, si rivolge alle categorie più fragili della popolazione, in particolare alle donne, con un focus specifico sulla prevenzione della violenza economica. L'iniziativa è nata sulla scia dell'inserimento della violenza economica nella convenzione di Istanbul, notificata dal nostro governo nel 2013.

Sono obiettivi in linea con l'Agenda Onu 2030.

Sì, il riferimento è al goal numero 5, quello relativo alla gender equality. Diamo, inoltre, grande importanza anche all'educazione, con progetti a partire dalle scuole elementari, per abbattere gli stereotipi, lavorare sulla vicinanza di genere e il rispetto dei diritti.

Ci racconta qualche progetto?

Abbiamo cominciato con FamilyMi, una piattaforma digitale con 25 video multilingue per famiglie migranti. Un altro progetto è 'Libere di vivere', che ha il focus sulle donne e sull'educazione civica. Durante la pandemia abbiamo anche realizzato la piattaforma Young612, che comprende fra gli altri il corso 'Impariamo l'economia sostenibile con i Lego': i giovani partecipanti guardano i video informativi per agire in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, e poi possono diventare ambasciatori della sostenibilità, dell'economia circolare.

Vi rivolgete agli adolescenti?

Certo. Lo facciamo anche con '17 passi verso la sostenibilità': interviste fatte da studenti delle medie ad ambasciatori della sostenibilità, che spiegano come gli imprenditori interpretano la sostenibilità per lasciare un futuro migliore alla generazione Z. Oppure, c'è il progetto 'Crescere pari', che attraverso un sito mantiene i ragazzi delle medie aggiornati sulle novità relative alla parità dei diritti. Questo lavoro, affiancato ai podcast, permette di creare una piattaforma utile per le famiglie e per l'ambiente di lavoro, in modo che anche il welfare

aziendale possa essere più inclusivo.

Possiamo dire che la fondazione miri a rendere i giovani e le donne più consapevoli?

Sì. Per esempio, in Italia abbiamo osservato come le donne e le nuove generazioni abbiano scarse competenze economico finanziarie e digitali, e lì entra in azione Gtf.

Quali sono i vostri progetti rivolti ai più giovani?

Ce n'è uno dedicato agli studenti universitari e delle superiori, che riguarda l'orientamento e le soft skill: ci siamo resi conto che molte ragazze entrano nel mondo del lavoro senza sapere come funziona un contratto o la busta paga, o peggio ancora quali sono i diritti del lavoratore. Mai come ora, in un mondo che dal punto di vista lavorativo sta diventando sempre più ibrido, è importante formare i giovani. **V. B.**



Claudia Segre

americana a New York e una a Washington, dove svolge un'attività di educazione finanziaria. In America ci occupiamo soprattutto della gestione del sovraindebitamento dei ragazzi, derivante dal debito scolastico. L'Agenda Onu 2030 si è rivelata una piattaforma di lavoro straordinaria per noi. Dall'osservazione del successo che i programmi di inclusione finanziaria avevano nei Paesi emergenti è nato il modello della **Global Thinking Foundation** di applicazione dell'educazione finanziaria alla prevenzione della violenza economica.

In Italia e in Europa di cosa si occupa?

È l'unica fondazione no profit che si occupa di violenza economica. Col tempo hanno iniziato a lavorare con noi le istituzioni, i comuni, le regioni e gli stakeholder. Il nostro

Change for Planet, sostenibilità local

Viviamo un'epoca in cui una giovane donna - Greta Thunberg - ha dato vita a un movimento internazionale, i Fridays for Future, per migliorare il futuro del pianeta. Un'epoca in cui, però, la classe dirigente sta dimostrando di non riuscire a compiere azioni concrete, al di là del solito 'bla bla bla'. Come se il concetto di bene comune fosse appannaggio solo delle nuove generazioni.

È in questo scenario che nel 2020 è nato Change for Planet, associazione di giovani e con i giovani che ha come obiettivo quello di accelerare lo sviluppo sostenibile. E che già nel 2019 aveva contribuito a organizzare per la prima volta in Italia la Local Conference of Youth: conferenza nazionale dei giovani sui cambiamenti climatici, supportata dalle Nazioni unite.

Roberta Bonacossa, un background in ambito giuridico e un master in cooperazione internazionale a Madrid, con una tesi sulle interconnessioni tra cambiamento climatico, diritti umani e sviluppo, da subito si è avvicinata a Change for Planet, di cui è stata cofondatrice ed è presidente.

Come nasce Change for Planet?

La Local Conference of Youth ci ha spinto a dare vita all'associazione, per non lasciare che un evento così partecipato rimanesse fine a se stesso. Siamo attivi da agosto 2020, in totale otto cofondatori e una quarantina sparsi in tutto il territorio nazionale.

Avete rapporti con altre realtà analoghe alla vostra?

Abbiamo conosciuto l'Italian Climate Network, con Jacopo Bencini e Federico Brocchieri, esperti in negoziati climatici e accordi internazionali. E Worldrise, che si occupa della tutela del mare, di cui siamo partner nella campagna 30x30 Italia. È un'iniziativa che contribuisce a uno sforzo internazionale per la protezione, attraverso l'istituzione di aree marine protette, di almeno il 30% dell'oceano entro il 2030. Con Lcoy è nata anche un'interlocuzione con il Comune di Firenze, che ci coinvolge in progetti urbani come 'Firenze respira', per la realizzazione del primo piano del verde del Comune di Firenze, ascoltando cittadini, stakeholder, associazioni.

Torniamo a parlare di Cop26?

Abbiamo partecipato come observer, cioè come società civile. Un aspet-

to veramente bello è che una volta lì si crea un rapporto alla pari con i politici e le figure di spicco presenti. Ci siamo ritrovati a parlare con estrema naturalezza con il ministro dell'Ambiente ecuadoriano Gustavo Manrique Miranda, che ci ha raccontato dell'ampliamento di un'area marina protetta grande 500 km quadrati, operazione firmata proprio nella prima settimana di Cop 26.

Altri gruppi o persone con cui siete entrati in contatto?

Stefania Giannini, vice direttrice Unesco: dopo un panel che trattava di educazione a livello internazionale, ci ha invitati ad assistere alla plenaria in cui ministri dell'Educazione e dell'Ambiente hanno decretato che l'educazione è fondamentale per la transizione ecologica. Abbiamo incontrato Marc Buckley, scrittore, imprenditore, attivista climatico. Marc ha parlato degli obiettivi di sviluppo sostenibile per aiutare a capire qual è il loro significato più profondo e quanto sia fondamentale prenderli come riferimento per rimanere al di sotto dell'1,5 gradi di riscaldamento dell'Accordo di Parigi.

Il ministro Cingolani porta avanti la linea 'basta proteste, avanti proposte'. Voi che cosa fate di concreto?

Per un anno abbiamo organizzato tavole rotonde online, con il progetto Be Part of the Change di Change for Planet: ogni mese ci incontravamo con esperti sui diversi obiettivi. Sul nostro sito si può scaricare il report 'Direzione 2030: le soluzioni dei giovani in ambito di Sdgs', con le proposte di 200 giovani da tutta Italia, e si trova anche l'elenco degli esperti e delle associazioni. Per noi, le due tematiche principali oggi sono sensibilizzazione e educazione. Vorremmo sempre di più andare nelle scuole e interagire con gli adolescenti.

Come vede il futuro dell'associazione?

Il nostro obiettivo è svilupparci sempre di più a livello locale in tutta Italia. Crediamo in un approccio alla sostenibilità che parta dal piccolo, mirando ad azioni concrete e a un coinvolgimento attivo della comunità. Per il momento siamo a Firenze, Milano, Genova, Treviso e in Sicilia, ma puntiamo a crescere.

Vi possiamo definire quindi un movimento che parte dal basso e punta a mettere solide radici?

Sì, e aggiungerei che puntiamo ai giovani come motore del cambiamento, ma con il coinvolgimento attivo delle imprese, che consideriamo necessarie per la solidità del nostro progetto. Stiamo avviando, per esempio, una collaborazione con Unicoop Firenze affinché creino uno spazio verde.



Roberta Bonacossa

Anche con Cesvi avete organizzato un evento di recente.

È l'evento 'Direzione 2030: il futuro dei giovani e del mondo'. Ci hanno coinvolti in 1Planet4All, un progetto europeo con un board di giovani attivisti e associazioni come Italian Climate Network o Fridays for Future. La chiave è coltivare le relazioni.

Altre partnership?

Con Worldrise, che si occupa della tutela del mare, abbiamo organizzato a Genova l'evento SeaChangeBeChange, per sensibilizzare i giovani sulla tutela ambientale e incentivarli a prendere parte attivamente alla tutela del pianeta. L'evento era parte dell'iniziativa All4Climate-Italy2021 del ministero della Transizione ecologica.

Si può vivere di attivismo, ovvero questo è il suo lavoro?

Non ancora, al momento sono project manager in una fondazione e gestisco una serie di progetti legati al supporto psicologico e sociale. Il mio obiettivo sarebbe però vivere di Cfp, ci vuole un altro po' di tempo.

Vanessa Bocchi