

Francesca ha vinto il "premio Majno" dedicato a Mariuccia

Si è tenuta ieri al padiglione Morselli dell'università dell'Insubria la cerimonia di premiazione della prima edizione del premio "Ersilia Bronzini Majno", promosso dall'ateneo e dalla Fondazione Asilo Mariuccia. Un premio dedicato alla memoria della fondatrice, nel 1902, dell'asilo Mariuccia, che ha visto protagonisti i giovani comunicatori dell'università, e per il quale ha trionfato **Francesca Bianchi**.

«Il concorso ha un profondo significato socio-culturale - ha spiegato durante la cerimonia il professor **Franz Foti**, docente del corso di Comunicazione Pubblica e Istituzionale - L'università sta entrando in contatto con il settore del sociale, trasmettendo ai giovani lo stimolo alla creatività e alla comunica-



La cerimonia di premiazione

zione». Il premio è stato conferito al miglior elaborato che gli studenti del corso di comunicazione pubblica e istituzionale dell'università degli Studi dell'Insubria hanno prodotto nell'ottica di migliorare la visibilità e comunicazione dell'ente.

A selezionare l'elaborato vincitore la giuria composta dal direttore generale dell'asilo

Mariuccia Onlus **Maurizio Faini**, il presidente del corso di laurea in scienze della comunicazione professor **Fabio Minazzi**, il responsabile della comunicazione del centro della Fondazione Asilo Mariuccia di Porto Valtravaglia **Emidio Musacchio** e dall'esperto di comunicazione e marketing, **Mauro Carabelli**.

«Le associazioni vivono un momento di crisi - ha affermato il presidente della Fondazione Asilo Mariuccia Onlus generale **Camillo de Milato** - E proprio per questo la comunicazione è essenziale. Se i miracoli che compiono non si conoscono è quasi come se non esistessero».

A ritirare il premio di mille euro Francesca Bianchi per il progetto di "restyling del logo, brochure, volantino, immagine coordinata e blog, il quale risulta essere completo, interessante e di coerente impatto creativo".

Menzione speciale invece per **Giulia Avoltini** e il suo manifesto a tema familiare «con head line di significativa presa e forte impatto sociale». ■ **R. Tof.**

