

Grande successo per Michelin #madetolast, il concorso social che si è concluso il 30 giugno e che invitava il pubblico a **esprimersi su ciò che ha davvero valore nel tempo** e a diventare così protagonisti della campagna “madetolast - fatto per durare”, a vantaggio dell’ambiente e dei consumatori per uno sviluppo sempre più sostenibile.

Due le modalità di partecipazione al concorso #madetolast (www.livethemotion.it): l’Instant Win con vincita immediata e/o il concorso fotografico, con la premiazione delle 4 foto più belle. Ed è proprio grazie al contest fotografico che i partecipanti hanno potuto raccontare ciò che per loro conta davvero nella vita: un viaggio, un arcobaleno, il cucchiaino della nonna, la Polaroid, il sorriso di una figlia, andare a caccia di funghi e chi più ne ha più ne metta.

Vincitori e premi del concorso #madetolast

Instant Win - Più di 5.000 partecipanti per quasi 35.000 giocate a questo divertente gioco che consisteva nel rispondere con un click a una semplice domanda su temi che spaziano dall’ambiente alla sicurezza, fino all’economia. I 92 vincitori sono stati remiati istantaneamente con un voucher per ricevere gratuitamente un paio di scarpe Lite Train K Salewa. Progettate per lo speed hiking e gli allenamenti in montagna, sono dotate di una suola tecnica sviluppata in esclusiva da Michelin technical Soles e ispirata ai pneumatici da mountain bike della casa francese.

Contest fotografico - Sono quattro i vincitori del concorso fotografico #madetolast. Ad aggiudicarsi i premi in palio - un viaggio di tre notti per due persone in una località a scelta tra Berlino, Barcellona e Lisbona e un paio di scarpe Lite Train K Salewa - sono stati *Veronica Camastra* di Bari, *“Neto” De Vecchi* nato a Rosana in Brasile, attualmente residente a Bologna, *Marcello Iaconetti* di Follonica e *Giangaetano Sabbatiello* di Napoli. Vincere non è stato facile: ai concorrenti è stato chiesto di iscriversi al sito www.livethemotion.it, caricare da 1 a 5 foto (dal tono serio o divertente) che esprimessero ciò che per loro ha valore nel tempo, sia esso un oggetto (un libro?), un qualcosa che li appassiona (un film?) o un valore (un sogno da realizzare?), caricarle direttamente sul sito e postarle sui propri canali social, Instagram e Facebook, con l’hashtag #madetolast. In questo modo i partecipanti e vincitori sono diventati dei veri e propri testimonial social della campagna #madetolast a favore dello sviluppo sostenibile.

Al concorso fotografico hanno partecipato più di 1.100 persone, per oltre 2.500 foto inviate.

A conquistare il podio sono state le immagini che con arguzia e originalità hanno saputo raccontare cosa ha veramente valore nel tempo.

Chi sono i quattro vincitori

Veronica Camastra ha vinto con la foto intitolata "Doppia fede"

Veronica Camastra ha 40 anni, è mamma di un bimbo di 10 anni, lavora in banca, vive a Fasano, in provincia di Brindisi, e ha il pallino della fotografia alla quale dedica tutto il suo tempo libero.



“La foto è stata scattata ad Acaya in provincia di Lecce, dove il tempo sembra essersi fermato”, racconta ricostruendo quel magico momento, “Nelle stradine assolate e desolate c’era un assoluto silenzio che all’improvviso fu rotto da un canto tenue. Così seguendo quella la voce, giunsi in una stradina adiacente alla chiesa del paese e vidi un anziano seduto su una sedia proprio davanti alla sua casa. Vituccio - così si chiamava - cominciò a raccontarmi la sua vita: 102 anni, il sogno di diventare cantante, il lavoro come contadino che però non gli ha impedito di ottenere riconoscimenti in campo musicale, la moglie che ormai non c’era più. Venni colpita dalle sue mani che parlavano del tempo passato, ma soprattutto del duro lavoro svolto: pieghe e rughe che sapevano di fatica, sacrifici, dolore... e poi le due fedi luminose e scintillanti, una sua e l’altra della moglie, che portava con sé per tenerla sempre vicina. L’immagine di Vituccio rappresenta esattamente per me ciò che dura nel tempo...Il corpo si consuma... i beni materiali si rovinano e si usurano... tutto si trasforma e muta, ma ciò che persiste nel tempo è l’anima... l’amore... la fede. “Doppia fede”, per la vita e per l’amore... ossia per ciò che non muore mai!”.

“Neto” De Vecchi ha vinto con la foto intitolata “Macchina del tempo”

Il suo nome di battesimo è Osmar Cury, detto “Neto”, De Vecchi, ha 30 anni, è italiano ed è nato in Brasile, il paese dove ha vissuto prima di trasferirsi a Bologna nel 2016, anno in cui ha cominciato gli studi di ingegneria meccanica presso l’Università di Bologna.



“Mi piace viaggiare, conoscere nuove culture e il mondo della fotografia mi ha sempre attratto”, racconta. “Nel 2015, quando vivevo ancora in Brasile nella città di San Paolo, stavo guidando la mia auto per tornare a casa, quando mi sono fermato a un semaforo in un punto che ha sempre attirato la mia attenzione per via di alcuni murales dipinti su un’edicola. E proprio mentre prendevo il cellulare per scattare una foto, ho notato una coppia di anziani sul punto di attraversare la strada. Così ho aspettato che arrivassero e li ho immortalati. Mi sentivo in una macchina del tempo... e davanti eterni innamorati. Secondo me è questo che ha più valore nel tempo, stare con quelli che amiamo! Quando ho saputo del concorso Michelin ho pensato che fosse l’immagine giusta per partecipare. E ho avuto ragione!”

Marcello Iaconetti ha vinto con la foto intitolata “Stretta di mano”

Toscano di origine, Marcello Iaconetti vive a Torino ed è un professore d’orchestra con la passione per la fotografia. Il suo lavoro lo ha portato a suonare con diversi artisti internazionali in tutto il mondo, da Milano fino a Miami. Ed è proprio nella città della Florida che Marcello ha scattato la foto con cui ha vinto il concorso #madetolast.



“Mi trovavo sulla Lincoln Road e ho visto questi due ragazzi che si incontravano e si salutavano. Un gesto semplice, genuino, che sfida il tempo. E siccome ho sempre con me la macchina fotografica, ho scattato la foto al volo”, racconta Marcello che aggiunge: “La mia prossima meta? Vorrei andare con la mia compagna a Lisbona: una città molto bella da fotografare!”

Giangaetano Sabbatiello ha vinto con la foto intitolata “Goal”

Giangaetano Sabbatiello vive a Napoli dove si occupa di turismo e di commercio di abbigliamento e oggetti vintage.



“La fotografia è uno dei miei hobby oltre all’arte e al trekking. Con le foto cerco di cogliere quei particolari che quasi nessuno nota. Ho scelto di partecipare al concorso #madetolast per mettermi alla prova e vedere se il mio “occhio” sarebbe stato apprezzato” dice Giangaetano che commenta così la sua foto: “Il pallone dei primi tiri, dei primi urli e dei primi goal...anche se bucato è sempre un pezzo del mio cuore da sempre”.

Made to last è la campagna Michelin per lo sviluppo sostenibile

Il concorso #madetolast nasce dalla volontà di far riflettere il pubblico sull’importanza della durata delle prestazioni che oggi i prodotti devono assicurare nel tempo (senza perdere in affidabilità), a favore di uno sviluppo sostenibile. Una sfida ambiziosa, che Michelin affronta puntando sulla ricerca e sull’innovazione, per sviluppare pneumatici che permettano agli automobilisti di poter essere utilizzati il più a lungo possibile, con il massimo livello di sicurezza.

“#Madetolast si lega alla missione di Michelin, che è quella di contribuire al progresso della mobilità. Una mobilità migliore, sicura e sostenibile. Una mobilità che tenga conto della durata del valore che hanno le cose nel tempo. Abbiamo notato che buona parte degli

*automobilisti ha l'abitudine di sostituire i pneumatici prima del limite legale di usura che è di 1,6 millimetri, rinunciando così a percorrere un buon numero di chilometri. Ciò comporta uno spreco di materia prima e un costo in più per il consumatore. Per questo motivo crediamo sia opportuno far riflettere il pubblico sulla durata delle prestazioni che i prodotti hanno nel tempo", dice **Marco Do**, Direttore Comunicazione Michelin Italia.*

Il progetto #madetolast prosegue in autunno nelle università

In autunno la sfida si sposterà nelle università. Made to last infatti mobilita anche gli studenti di tutte le facoltà dell'*Università Federico II di Napoli* e dell'*Alma Mater Studiorum Università di Bologna*, invitandoli a sviluppare, nell'ottica della strategia aziendale Michelin, idee innovative, e/o studi originali basati sui principi di "prestazione a lunga durata" e quindi sulla strategia Long Lasting Performance che ha effetti positivi sulla sostenibilità dal punto di vista tecnico, economico, ambientale e sociale.

La gara prevede una prima selezione che si svolgerà all'interno di ciascun ateneo (semifinale), in cui verranno scelti i team che andranno in finale. I due primi classificati di ciascun ateneo svilupperanno la loro idea in un evento finale aperto al pubblico in cui presenteranno i propri progetti in un tempo massimo di 5 minuti (nella modalità del pitch event).

I vincitori del pitch event riceveranno il Premio Michelin, che contribuirà a finanziare il loro percorso di studi. Con questa iniziativa Michelin, non solo conferma il suo impegno nella ricerca e nella tutela dell'ambiente, ma si propone come una tra le aziende top employer più interessate a offrire ai più giovani la possibilità di comunicare le proprie idee, con l'obiettivo di dar loro nuove opportunità di lavoro (dall'economia, al management, fino alla comunicazione).