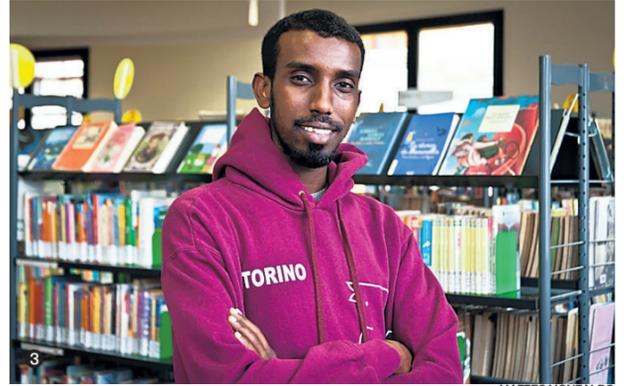


CRONACA DI TORINO



1 e 2) Abdullahi Ahmed, 32 anni, a Mogadiscio durante una lezione in una scuola ai giovani somali 3) Il giovane ha una passione per il calcio (tifa per il Toro) e nella vita fa anche il mediatore culturale. Ha ottenuto la cittadinanza italiana e ama definirsi «europeo»

Da Lampedusa alla nuova vita a Barriera di Milano, in un libro il racconto del giovane italo-somalo "È un manuale di integrazione: ora bisogna spingersi oltre per costruire una generazione di europei"

Lo sguardo avanti di Abdullahi

“Non si è stranieri per sempre”

IL PERSONAGGIO

DAVIDE LESSI

Non rivedeva la sua famiglia da 13 anni. «Ma questa volta, nonostante la pandemia, ce l'ho fatta: sono arrivato a Mogadiscio e ci sono stato tre settimane. È stata un'emozione incredibile, ho visto un Paese cambiato in meglio». Abdullahi Ahmed aveva 19 anni quando è scappato dalla Somalia. Non prese l'aereo, allora. Ma ascoltò, come tanti suoi connazionali, il richiamo del *bufis*, il viaggio («Quel richiamo che ti prende e non se ne va più dai tuoi pensieri»). Scappò dai «signori della guerra» somali per fare la traversata: sette mesi tra deserto e ma-

re prima di sbarcare a Lampedusa. Da allora, Abdullahi ne ha fatta di strada: è diventato cittadino italiano, anche se lui preferirebbe definirsi europeo, e ha ottenuto un passaporto che gli ha permesso di viaggiare, in libertà. È cambiato tutto ma in una cosa, ammette, è rimasto lo stesso del 2007: «Nella voglia mai spenta di mantenere lo sguardo avanti, rivolto a quello che c'è da costruire e non alle cose che si sono lasciate alle spalle».

Lo sguardo avanti, si chiama proprio così il primo libro di Abdullahi Ahmed che esce oggi nelle librerie (reali e digitali) per Add Editore, casa indipendente torinese. Un libro che è tante cose insieme. Un «racconto necessario», come scrive nella post-fazione Car-

Oggi in libreria



La copertina

Lo sguardo avanti. La Somalia, l'Italia, la mia storia, è il primo libro di Abdullahi Ahmed, in uscita oggi per Add Editore. La prefazione, intitolata «A casa nostra», è dello storico torinese Carlo Greppi

lotta Sami, la portavoce dell'agenzia Onu per i rifugiati. La storia di una vita, ancora da consumare ma già pienissima. Un piccolo manuale di integrazione, anzi di «interazione» tra due mondi, come piace dire ad Abdullahi. E poi soprattutto una boccata d'ossigeno, di speranza. «Sono anch'io un ragazzo di periferia, vivo da sette anni a Barriera di Milano. La verità è che le storie positive fanno meno rumore dei giovani che spaccano tutto in via Roma».

Ha il piglio sveglio, Abdullahi. Devono essersene accorti anche a Settimo, al centro della Croce Rossa, che prima l'ha accolto dopo lo sbarco a Lampedusa e poi l'ha ospitato fino a farlo diventare un mediatore culturale. «Ma ora non basta più, bisogna spingersi ol-

tre», spiega. E racconta di come sia diventato presidente di un'associazione, *Generazione Ponte*, fondata da nuovi cittadini italiani ed europei. Nel segno di Altiero Spinelli ed Ernesto Rossi e del loro Manifesto, hanno già organizzato il Festival dell'Europa solidale e del Mediterraneo a Ventotene. Organizzano corsi di formazione e convivenza tra migranti. Di più: raccolgono fondi per donare delle borse di studio ai ragazzi somali in difficoltà.

Un libro che è un manuale di «interazione», dicevamo. Sì, perché gli ultimi due capitoli (*Le domande degli altri* e *Le parole, i numeri*) sono un piccolo compendio di educazione civica. Abdullahi, forte della sua esperienza nelle scuole (ha incontrato 100 mila studenti in questi anni), gira la prospettiva e si racconta attraverso le domande che gli hanno fatto nelle classi dove lo invitano a parlare. Come il giovane che, poco dopo quel 3 ottobre 2013 dei 368 morti in mare, gli chiese con sprezzo: «Perché sei venuto proprio in Italia? Non potevi andare in Botswana?». Pochi mesi dopo, interagendo, erano diventati amici. O come quella volta che dopo gli attacchi di Charlie Hebdo gli chiesero: «Cosa avete combinato?». «Io in realtà

niente», rispose Abdullahi raccontando l'esperienza dell'Ifitar, la tavolata enorme che unì la moschea Omar di via Saluzzo con la chiesa cattolica di Parrocchia dei Santi Pietro e Paolo Apostoli a San Salvario.

«Non si può essere stranieri per sempre», è una delle frasi più dense del libro. L'altra è quella del citato Manifesto di Ventotene: «La via da percorrere non è facile, né sicura. Ma deve essere percorsa, e lo sarà». A ricordarcelo serviva un «cuore granata», quello di Abdullahi Ahmed. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ABDULLAHI AHMED
MEDIATORE CULTURALE



Sono un ragazzo di periferia, ma le storie positive fanno meno rumore di chi rompe le vetrine in via Roma

Un giorno mi chiesero perché ero venuto proprio in Italia e non avevo scelto il Botswana

La campagna social raccolta da un'azienda napoletana

Tempi di cottura in evidenza sulla pasta

Trionfa la battaglia partita da Torino

LA STORIA

FILIPPO FEMIA

Alla fine è stato un successo. La rivoluzione partita da Torino, che chiedeva di ingrandire i minuti sui pacchi di pasta, ha trionfato. Da ieri, in alcuni supermercati, si trovano le confezioni di un'importante azienda napoletana con il tempo di cottura indica-

to a caratteri cubitali: “13 minuti”. Tutto era cominciato quasi per scherzo, con un'intuizione di Marco Faccio: sui social il lancio del Movimento Grandi Minuti (MGM) aveva raccolto un sostegno inatteso. «La cosa che più mi ha sorpreso è stata la reazione delle persone: hanno esultato per davvero, come per un obiettivo raggiunto da un movimento reale», commenta Marco Faccio, un passato da direttore creativo di Arman-



La confezione in vendita

do Testa e oggi a capo dell'agenzia Hub09.

L'idea è diventata così virale che un piccolo pastificio toscano ha cavalcato l'onda di MGM, soffiandone l'idea: «Essendo una piccola realtà si sono mossi in fretta e hanno prodotto confezioni con i tempi di cottura in evidenza. Ma non la vivo come un furto: ci rende più orgogliosi della nostra idea», dice Faccio. È anche il riconoscimento al lavoro dei 50 dipendenti di Hub09, di cui una decina impegnati nella campagna MGM. La speranza di Faccio, ora, è bissare il successo di dieci anni fa, quando una campagna realizzata per Perugina vinse il premio a Cannes («l'Oscar delle pubblicità») come miglior spot.

Su La Stampa



La notizia, pubblicata lo scorso 8 ottobre, sul lancio del Movimento Grandi Minuti nato da un'intuizione di Marco Faccio che sui social aveva raccolto un sostegno inatteso

Intanto dall'azienda di pasta hanno già fatto sapere che nel primo giorno di vendita sono arrivati moltissimi ordini. E in futuro potrebbero esserci altre sorprese.

L'idea di MGM era accompagnata da un manifesto e da uno slogan rivoluzionario (Pasta la vittoria!). Quale sarà la prossima battaglia? «Potremmo chiedere alle aziende una indicazione chiara nelle confezioni di shampoo e balsamo: spesso si confondono», sorride. Poi torna serio: «Una battaglia che mi piacerebbe veramente? Una in favore delle associazioni sportive: basket, volley, ecc... sono fondamentali per il futuro dei nostri ragazzi. Ma gli aiuti sono irriversi e il Covid rischia di dare la mazzata finale». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA