

L'8xmille punta sulla carità

*Presentata la nuova campagna informativa della Cei
Un'edizione multimediale per favorire la trasparenza*

DA ROMA **MIMMO MUOLO**

Aumentano le firme per la Chiesa cattolica e probabilmente aumenteranno anche i fondi 8xmille che verranno destinati alla carità, dato il momento particolare che il Paese sta attraversando. L'annuncio è giunto ieri nel corso della conferenza stampa in cui il Servizio Cei per la promozione del sostegno economico alla Chiesa ha presentato la nuova campagna di sensibilizzazione (spot, annunci stampa e materiali multimediali per internet), che prenderà il via in tivù il prossimo 17 aprile.

Nel 2011, ha annunciato l'economista generale della Cei, monsignor Giampietro Fasani, la parte di 8xmille spettante alla Chiesa cattolica in base alle scelte del 2008 (il meccanismo previsto dalla legge stabilisce, infatti, che i calcoli vengano effettuati in riferimento alla dichiarazione dei redditi di tre anni prima) sarà «leggermente superiore» e quindi, «con molta probabilità sarà aumentata la parte dei fondi destinata alla carità». Fasani ha però precisato che la decisione finale spetta ai vescovi riuniti in assemblea e verrà presa durante l'assise del prossimo maggio. Nell'anno appena trascorso, ha ricordato l'economista della Cei, 381 milioni di euro sono stati destinati al sostentamento degli oltre 37 mila sacerdoti italiani, altri 381 milioni alle esigenze di culto della popolazione (nuovi complessi parrocchiali, salvaguardia dei beni artistici e altre opere di questo genere) e 205 milioni di euro alla carità, 85 dei quali ai Paesi in via di sviluppo. «Siamo convinti - ha sottolineato il sacerdote - che la migliore pubblicità per l'8xmille siano le opere realizzate con i fondi destinati alla Chiesa cattolica. Perciò servono informazione e trasparenza».

Sono proprio queste le coordinate di fondo della nuova campagna pubblicitaria presentata ieri da monsignor Domenico Pompili, portavoce della Cei e da Matteo Calabresi, responsabile del Servizio per la promozione del sostegno economico alla Chiesa. Una campagna che giunge sotto il segno della novità. Prima di tutto lo stile. Spot, annunci stampa e materiali per internet sono infatti accomunati da quello che è molto più di uno slogan: «Se non ci credi, chiedilo a loro». Dove il *loro* sta per i protagonisti degli spot, che non sono attori, ma i veri promotori e destinatari delle opere realizzate dalla Chiesa cattolica con i fondi 8xmille (alcuni dei quali erano presenti alla conferenza stampa).

«Lo stile adottato quest'anno - ha spiegato monsignor Pompili - ha il sapore del reportage, con una funzione informativa, ma non distaccata, bensì militante. Mentre si informa sulle attività organizzate in tutto il mondo, si fanno uscire dall'invisibilità una serie di questioni che nei media trovano normalmente poco spazio: dai bambini-soldato in Africa al rischio di abbandono scolastico nelle nostre periferie, dai minori in carcere alle bambine vittime di violenza in India». In sostanza, «nessun quadro idilliaco e sdolcinato, nessuna retorica buonista, ma problemi veri e lavoro vero, quoti-

diano, generoso, per affrontarli». La seconda novità di rilievo è data proprio dal «chiedilo a loro». Non che negli anni scorsi le storie raccontate fossero inventate. Tutt'altro. Ma nella campagna 2011 si è scelto di puntare esplicitamente su questo elemento, per rivolgere agli spettatori «un invito alla consapevolezza». «Chiedilo a loro - ha spiegato Pompili - non solo devolvere l'8xmille, ma anche sentirsi parte di questo movimento di vicinanza». In pratica: «Non è solo "verifica come vengono spesi i soldi", ma anche "interessati, fatti vicino, renditi prossimo"».

Tutti elementi questi, che trovano nella "ipermedialità" (come ricordiamo più diffusamente a parte) la loro sublimazione. Internet, infatti, si affianca e completa gli spot tradizionali. E in tal modo, ha concluso Pompili, «emerge una consapevolezza virtuosa, una sinergia e una capacità di valorizzare le potenzialità del nuovo ambiente virtuale per poter davvero parlare a tutti».

l'evento

L'economista generale della Conferenza episcopale Fasani annuncia che il leggero incremento delle entrate «con molta probabilità andrà ad aumentare i fondi destinati alle opere caritative» Pompili: gli spot faranno emergere questioni invisibili nei media



COME CONTRIBUIRE

UNA FIRMA PER UN APPUNTAMENTO ANNUALE

La firma per la destinazione dell'8xmille è una libera scelta. E va riconfermata ogni anno. Nei tre modelli fiscali va apposta nella casella «Chiesa cattolica», senza invadere gli altri riquadri, per non annullare la scelta. I modelli 730 e 730-I vanno consegnati in busta chiusa al proprio sostituto d'imposta (datore di lavoro o ente pensionistico) entro il 30 aprile. O ad un Caf o ad un professionista abilitato entro il 31 maggio. Il modello Unico (e Unico-mini) va inviato attraverso un intermediario fiscale abilitato alla trasmissione telematica (commercialisti, Caf) entro il 30 settembre. È importante comunque ricordare al funzionario di voler firmare l'8xmille. Chi la invia da sé, dovrà farlo via Internet entro il 30 settembre o dall'ufficio postale dal 3 maggio al 30 giugno. Nel Cud infine va firmata la scheda allegata al modello fiscale. E consegnata entro il 30 settembre in busta chiusa alle poste, o via internet entro il 30 settembre, tramite intermediario fiscale o direttamente. Info: www.sovvenire.it (L.Del.)



La conferenza stampa di presentazione della campagna 2011 (foto Siciliani)