

5 permille

Sono oltre quarantamila gli enti che si contendono in cinque categorie il "favore" degli italiani. Nel 2009 i contribuenti hanno premiato la lotta contro il cancro. Ma come vengono usati i soldi raccolti dalle associazioni più sostenute dai cittadini?

Organizzazione	Descrizione
AIRC Icona: Gruppo di persone	Ha dato il via a bandi per dare vita a un network di ricercatori. Impegno per 145 milioni di euro. www.airc.it
SAN RAFFAELE Icona: Euro	La Fondazione San Raffaele Monte Tabor, raccoglie fondi per trasferire la ricerca di laboratorio al letto dei pazienti. www.sanraffaele.org
AISM Icona: Microscopio	Fondazione italiana sclerosi multipla: sostiene 68 progetti di ricerca e 27 borse di studio per ricercatori. www.aism.it
IEO Icona: Nastro rosso	Istituto europeo di oncologia: studia numerose forme di tumore e si occupa di nuovi metodi per combattere il cancro. www.ieo.it
GASLINI Icona: Bambino	Istituto Gianna Gaslini, istituto scientifico e di ricovero a Genova. Ricerca nell'ambito pediatrico. www.gaslini.org

Spot, giornali e social network la ricerca a caccia di fondi

VALERIA PINI

La macchina del 5 per mille (una firma sulla dichiarazione dei redditi) è ripartita e su tv e giornali si affacciano le pubblicità per la ricerca sanitaria e scientifica. Le categorie che scendono in campo (Onlus e volontariato; ricerca scientifica e università; ricerca sanitaria; Comuni; associazioni sportive dilettantesche) si dovranno dividere più di 400 milioni di euro. La partita si gioca fra più di quarantamila enti e ai primi posti ci sono quelli che si occupano di salute. Nel 2009 i contribuenti italiani hanno scelto soprattutto di destinare la loro quota Irpef alla lotta contro il tumore. Più "gettonata" l'Airc, con più di 60 milioni di euro. «Con i contributi abbiamo fatto nascere — dice Niccolò Contucci, direttore Airc — un network nazionale di ricercatori eccellenti. Abbiamo impegnato per la ricerca per 145 milioni di euro fino al 2014. Non puntiamo sulla pubblicità, ma sulla fedeltà dei nostri soci. Sono

Il rapporto costi-benefici nelle campagne per farsi conoscere

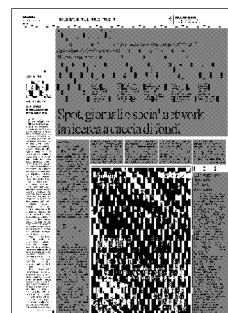
quasi un milione e mezzo»

Chi ha lavorato su spot e pubblicità è la Fondazione Umberto Veronesi. «La pubblicità è in realtà a favore della ricerca scientifica e del 5 per 1000 — spiega Monica Ramaoli, responsabile della Fondazione Veronesi —. Ciò che investiamo in comunicazione proviene da donazioni ad hoc. In quanto non profit, possiamo usufruire di tariffe molto inferiori a quelle applicate alle aziende che operano nel mondo profit. Grazie alla maggiore visibilità, possiamo reinvestire sempre di più in ricerca». I fondi raccolti sono utilizzati in borse per giovani medici e scienziati e per finanziare progetti nelle aree di oncologia clinica, cardiologia e nutrizione. «Anticipazione diagnostica e la riduzione della tossicità delle cure gli obiettivi. Tre progetti: il primo sul tumore del polmone, gli altri due riguardano il tumore del seno».

Per far conoscere progetti e iniziative c'è chi punta anche sul web. «È partita una campagna su alcune testate nazionali e locali e spot video su Youtube e su spazi concessi gratis e Social Media. Abbiamo inoltre fatto un accordo con Google — dice Alberto Battaglia, presidente della Fondazione sclerosi multipla —. L'investimento complessivo è pari al 4% di quanto raccolto con il 5 per mille».

Farsi conoscere diventa ancora più importante anche per enti e associazioni che nel tempo hanno perso adesioni. «Il 5 per mille è l'unica risorsa su cui possiamo fare investimenti strategici», dice Marco Perotti, direttore scientifico dell'Istituto nazionale dei tumori di Milano, «il nostro contributo è diminuito, perché sono aumentati gli enti che partecipano. Nel 2006 avevamo più di 5 milioni, mentre per il 2009 ne avremo 3. Abbiamo deciso di puntare di più sulla pubblicità e di investire circa 200.000 euro». L'obiettivo comunque è sempre quello di investire sui progetti. «Stiamo molto attenti a non spendere troppo in relazione a quanto pensiamo di incassare», dice Marco Piazza, responsabile comunicazione Telethon, «ogni 100 euro raccolti cerchiamo di darne 80 alla ricerca. Il resto sono costi che, nel caso del 5 per 1000, è quasi tutta pubblicità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



E il volontariato fa proseliti sul fronte della sanità

La medicina umanitaria e d'emergenza è ai primi posti per quello che riguarda il 5 per mille destinato alle Onlus e al volontariato. Nell'ultima dichiarazione dei redditi Medici senza frontiere è arrivata prima (9.936.974,92 e 255.338 preferenze), seguita da Emergency (8.074.262,57) e Comitato italiano dell'Unicef (6.859.559,21). Con i fondi precedenti Medici senza frontiere ha investito in progetti in Niger; Congo; Afghanistan, Somalia e Sierra Leone. «Nei prossimi tre anni l'intero importo verrà utilizzato nei 63 paesi in cui siamo presenti per combattere tubercolosi e la malnutrizione e tutelare la salute materno infantile», dice Valentina Rosa, responsabile della raccolta fondi di Msf Italia (info www.msf.it).

Emergency (www.emergency.it) utilizzerà invece i fondi per gli ospedali, i centri di riabilitazione e pediatrie nei sei paesi dove è presente (dall'Afghanistan al Sudan) e per il Programma Italia, che offre assistenza sanitaria ai migranti e alle persone in stato di bisogno. Numerosi anche i gruppi che operano in Italia come, ad esempio, l'Associazione contro le leucemie (Ail, info www.ail.it) che ha ottenuto 5 milioni e 300 mila euro e Vidas, l'associazione dei Volontari italiani domiciliari assistenza a sofferenti di Milano (1.777.876). Con i contributi ricevuti l'associazione ha garantito 27.650 giornate di assistenza gratuita ai malati terminali a domicilio e nell'hospice Casa Vidas». (www.vidas.it).