

7 Donatori

**Potenziare e diversificare
i flussi di raccolta fondi**

**Coinvolgere nei progetti di AISM e FISM
sempre più sostenitori
per realizzare il Piano strategico**

215.502

Sostenitori attivi
attraverso le proprie donazioni

Oltre

30

Aziende e fondazioni
che sostengono AISM e FISM

248.441

Gardenie dell'AISM
distribuite



148 mila

Persone che hanno
destinato il 5‰
ad AISM e FISM

279.928

Sacchetti di
Una Mela per la Vita
distribuiti

220

Lasciti
ricevuti da AISM
negli ultimi 30 anni



AISM si pone anche l'obiettivo di coinvolgere nella lotta alla SM un numero di persone sempre maggiore.

Accanto al volontariato, l'individuazione di nuovi sostenitori e donatori e la conferma di coloro che hanno già sostenuto AISM negli anni precedenti è una delle modalità di adesione alla missione dell'Associazione, fondamentale per accrescerne la forza, potenziare l'entità delle risorse da destinare alla ricerca e rafforzare la capacità d'intervento a favore delle persone con SM.

Per questo motivo, la raccolta fondi AISM lavora per individuare nuovi donatori, confermarli di anno in anno, instaurare con loro un dialogo costruttivo e duraturo, accrescere i risultati conseguiti attraverso le iniziative tradizionali, ma anche pianificare azioni innovative di collaborazione e individuare canali e strumenti di coinvolgimento sempre più efficaci.

7.1 I nostri donatori: gli strumenti e le attività di dialogo e coinvolgimento

AISM considera prezioso ogni singolo contributo da parte dei propri donatori e per questo concentra una parte importante delle proprie energie su di loro, con numerose attività e iniziative a loro dedicate, delineando politiche, azioni e canali specifici a seconda degli obiettivi e della categoria di donatore individuato. In particolare, sono state identificate due principali "macro" categorie di donatori cui AISM rivolge le proprie attività di dialogo e coinvolgimento finalizzate alla raccolta fondi:

- i **sostenitori** cioè, in larga prevalenza, le persone fisiche che effettuano donazioni, in modo occasionale o regolare, di qualsiasi importo e che vengono stimolati attraverso programmi ad hoc. A questa categoria di donatori si rivolge l'attività di direct marketing (direct mailing, telemarketing, face to face, web marketing) e, con altra modalità, l'organizzazione di grandi eventi di piazza;
- i **grandi donatori** ovvero aziende e fondazioni, enti pubblici, ma anche persone fisiche (grandi donatori privati e lasciti testamentari), che met-

tono a disposizione dell'Associazione e dei suoi progetti donazioni di particolare rilevanza. Ai grandi donatori AISM dedica specifiche azioni e iniziative di marketing relazionale con l'obiettivo di stringere nuove collaborazioni, consolidare i rapporti già in essere, mirando alla creazione di partnership di lungo periodo.

AISM considera di primaria importanza la creazione e il mantenimento di relazioni basate su qualità, affidabilità e trasparenza con tutti i suoi donatori, ritenendo che anche il più piccolo contributo diventi essenziale per sconfiggere la SM e che ogni attività di raccolta fondi abbia come risvolto positivo e valore aggiunto per l'Associazione la sensibilizzazione del mondo esterno rispetto alla SM.

7.2 I sostenitori attivi

Nel mondo delle organizzazioni non profit italiane, AISM costituisce una delle realtà che può contare sul sostegno convinto e continuo di un numero molto ampio di sostenitori attivi, cioè persone che negli ultimi mesi hanno destinato ad AISM almeno una donazione. Coloro che intendono sostenere il lavoro dell'Associazione possono farlo in molti modi:

- rispondendo alle sollecitazioni previste nel programma di direct marketing (oltre 210 mila persone);
- partecipando con una donazione o con un sms solidale a uno degli eventi associativi di piazza, nazionali o locali (oltre 500 mila persone);
- destinando ad AISM il 5 per mille (148 mila persone).

Possiamo quindi stimare che un numero compreso tra 500 mila e 1 milione di persone contribuisce annualmente al sostegno del lavoro dell'Associazione.

Per chi comunica i propri dati anagrafici, viene annualmente messo a punto un programma di comunicazione specifica, attraverso il quale AISM raggiunge tale categoria di donatori con azioni di:

- direct mailing;
- telemarketing;
- web marketing;
- face to face.

Dialogo con i donatori



3,3 milioni
di contatti postali e telefonici
con sostenitori
attuali e potenziali

L'attività di dialogo con questi donatori ha mantenuto nel 2011 la struttura e la periodicità consolidata nel 2010, confermando l'importanza e la necessità di un'integrazione sempre maggiore degli strumenti e dei canali utilizzati per raggiungere i propri sostenitori.

Il 2011 è stato un anno di profonda revisione dei processi legati alla gestione del ciclo di comunicazione nei confronti dei sostenitori, e conseguentemente delle infrastrutture informative, come ad esempio il database di gestione donatori. Questo processo, che proseguirà anche nel 2012, consentirà ad AISM non solo di approfondire la conoscenza del proprio portafoglio donatori, del loro profilo e delle loro esigenze, per indirizzare in maniera più efficace le attività di dialogo e coinvolgimento, ma anche di rispondere alle istanze sempre più complesse di chi decide di abbracciare e sostenere la lotta alla SM.

Direct mailing

Le attività di **direct mailing** sono dirette ai sostenitori attuali e potenziali. Nel 2011, pur in presenza di tariffe postali riservate alle spedizioni delle organizzazioni non profit molto onerose, AISM è riuscita a raggiungere gli obiettivi prefissati in termini di quantità di invii e di contenimento dei costi destinati all'attività di direct mailing, grazie anche a un accordo sottoscritto tra diverse e primarie organizzazioni non profit e un soggetto esterno, Banca Prossima, che si è proposta quale mediatrice per i servizi di

stampa e recapito privato. È proseguita l'attività di telemarketing e web marketing rivolta a specifiche fasce di sostenitori.

Il numero di contatti avvenuti attraverso tale attività nel 2011 è stato pari a 3,3 milioni (lo stesso numero del 2010). I risultati ottenuti, in termini di fondi raccolti (-8%), hanno risentito, anche se in misura controllata, dell'acuta crisi economica, che ha indotto molti italiani a ridimensionare le donazioni.

Face to face

Parallelamente alle iniziative di direct marketing e a seguito delle positive sperimentazioni del 2010, è stato incrementato il programma di lavoro del **face to face** con presenze di nostri operatori nelle principali città del centro Nord per individuare nuovi sostenitori disponibili a sottoscrivere una domiciliazione bancaria per un sostegno continuativo ad AISM e FISM. Le postazioni face to face, organizzate soprattutto in centri commerciali, hanno consentito di raccogliere nel 2011 la sottoscrizione di quasi 4 mila domiciliazioni bancarie (che si aggiungono alle 3 mila del 2010) e hanno determinato incassi per circa 360 mila euro, compensando la flessione delle entrate dal marketing diretto.

In questa fase caratterizzata da una forte instabilità delle contribuzioni di donatori alle prese con una crisi economica di grande profondità e durata, poter contare su un numero crescente di sostenitori con domiciliazione bancaria è un obiettivo centrale per AISM. Storicamente questi donatori hanno un legame più stretto e regolare con l'Associazione e danno migliori garanzie di stabilità nelle loro donazioni, non essendo soggetti a dimenticanze o rinvii.

I risultati del face to face nel 2011



4 mila
domiciliazioni bancarie
sottoscritte

360 mila €
gli incassi conseguiti

Il 5 per mille

Un'altra significativa conferma dell'attenzione delle persone verso AISM arriva dal **5 per mille**.

Introdotta nella legislazione fiscale italiana nel 2006 e di anno in anno confermata, nonostante il mancato accoglimento della richiesta da parte del mondo associativo italiano di una stabilizzazione che consenta una migliore programmazione, il 5 per mille ha rappresentato da subito per i soci, i volontari e i sostenitori di AISM e della sua Fondazione una grande occasione di raccolta fondi e di mobilitazione.

Gli importi ottenuti dal 5 per mille nei vari bilanci degli ultimi anni di cui si dà conto nel capitolo Responsabilità economica sono stati molto variabili: ciò dipende esclusivamente dal ritmo di erogazione da parte dei tre ministeri competenti (Università e Ricerca scientifica, Sanità e Welfare) degli importi assegnati ad AISM e FISM dai contribuenti italiani. È rilevante segnalare che il numero di persone che hanno assicurato ad AISM questa forma di sostegno è cresciuto costantemente. Nelle dichiarazioni dei redditi 2006, anno di introduzione del meccanismo, furono 105 mila i contribuenti che indicarono il codice fiscale di AISM o della sua Fondazione sul modulo 5 per mille. Questo dato, già di per sé eccellente, ha posto da subito AISM nel gruppo di testa delle organizzazioni non profit più premiate dalla nuova modalità di donazione ed è aumentato di anno in anno passando a 124.932 nel 2007, 142.806 nel 2008, 148.549 nel 2009 (non sono stati ancora resi noti i dati degli anni successivi). Parallelamente alla crescita del numero dei donatori 5 per mille, crescevano anche gli importi cui AISM e la sua Fondazione hanno diritto: 4,2 milioni di euro per il 2006, 4,8 per il 2007, 6,5 per il 2008 e 6,9 per il 2009.

Tutto ciò testimonia la considerazione e la credibilità di cui gode AISM e, insieme, l'efficacia del lavoro di sensibilizzazione e divulgazione che l'organizzazione realizza a tutti i livelli con una forte cooperazione tra gli uffici centrali che programmano e realizzano l'attività di comunicazione e le Sezioni, i soci, i volontari che si attivano capillarmente su tutto il territorio nazionale.

7.3 Gli eventi di raccolta fondi

Nel 2011 i grandi eventi di raccolta fondi organizzati da AISM hanno generato complessivamente 6.663.500 euro. Le iniziative che hanno incontrato tra i sostenitori di AISM i consensi più ampi sono state due, **La Gardenia dell'AISM** e **Una mela per la vita**.

La Gardenia dell'AISM

Nel 2011 sono state ordinate 250.950 piante di gardenia (+5,1% rispetto al 2010). L'offerta minima prevista è stata di 13 euro, che al netto dei costi sostenuti per l'evento ha consentito ad AISM di raccogliere 2.336.035 euro.

Le testimonial femminili dello spot televisivo sono state l'attrice e imprenditrice Marianna Morandi, la cantante Noemi, l'attrice Antonella Ferrari, la campionessa di scherma Valentina Vezzali e l'attrice Michela Andreozzi.

Il supporto della soap di Rai 3 "Un posto al sole" è stato significativo: è stato infatti inserito un appello a sostegno di AISM all'interno di una puntata.

L'sms solidale associato all'evento ha permesso di raccogliere 234.490 euro.

Una Mela per la Vita

Nel 2011 sono stati ordinati 282.340 sacchetti di mele (-8,2% rispetto al 2010). La diminuzione dei sacchetti ordinati ha consentito la drastica riduzione

La Gardenia dell'AISM 2011

248.441

piante distribuite

10 mila

volontari

2 mila

Comuni

3 mila

piazze



Una Mela per la Vita 2011

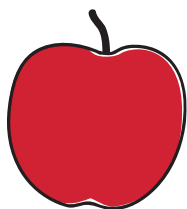
279.928

sacchetti di mele
distribuiti



10 mila

volontari



3 mila

piazze

2 mila

Comuni

di quelli non ritirati, passati dal 5,4% del 2010 allo 0,77% del 2011. I valori si sono quindi attestati sui livelli del 2010, a conferma di un buon livello di adesione all'iniziativa e l'sms solidale ha raccolto circa 170 mila euro, il triplo di quanto preventivato. Grande attenzione è stata posta ai costi dell'iniziativa: alcune scelte di nuovi fornitori ci ha permesso importanti risparmi che hanno positivamente inciso sul bilancio finale. Testimonial dell'iniziativa è stato Roberto Vecchioni, al vertice della popolarità grazie anche al successo al Festival di Sanremo.

Il sostegno delle aziende a Mela e Gardenia

Entrambi gli eventi hanno ottenuto il patrocinio di Pubblicità progresso e si è riscontrata una maggiore visibilità dello spot su tutti i media rispetto al 2010 grazie agli spazi gratuiti concessi da Mediafriends Onlus, per le reti Mediaset, da Sky, La7 e da numerose altre emittenti nazionali, satellitari e locali e si è consolidata la collaborazione con Radio LatteMiele, media partner radiofonico.

Il Patrocinio e la Campagna di raccolta fondi Rai, con appelli nelle trasmissioni in onda nella settimana antecedente agli eventi, e la collaborazione con gli operatori TIM, Vodafone, Wind, 3, Postemobile, CoopVoce, Teletu, Telecom Italia, Info-

strada e Fastweb hanno permesso di diffondere il numero di sms solidale a un vasto pubblico. Importanti sono state le collaborazioni con le aziende che hanno sostenuto gli eventi di raccolta fondi in molti modi differenti.

Opus Proclama SpA, società che gestisce la pubblicità in sale e multisale cinematografiche, ha garantito centinaia di passaggi dello spot nei cinema, così come il Circuito Autostrade per l'Italia Rete Infomoving presso i propri punti di trasmissione. Brico Io, Billa, Gruppo Interdis, Iper La Grande I, Gruppo Potenti, General Electric, Sia hanno ospitato i punti di solidarietà AISM all'interno dei loro spazi e punti vendita e promosso l'evento attraverso i loro canali. Pompadour Tè e Tisane, ha dato un importante contributo attraverso un'erogazione liberale e la diffusione promozionale dell'evento mela a mezzo stampa.

Altre iniziative di raccolta fondi

Oltre ai due grandi eventi di raccolta fondi, AISM si attiva in altre iniziative: le Stelle della Solidarietà, le Bomboniere della Solidarietà e, per la prima volta nel 2011, le Colombine.

Le **Stelle della Solidarietà**, vendute nel periodo natalizio, nel 2011 si sono rinnovate: oltre alla tradizionale stella in metallo, AISM ha realizzato una stella di cioccolato. In tutto sono state distribuite 311.850 stelle, di cui 254.900 in metallo e 56.950 di cioccolato, per un incasso complessivo di oltre 623 mila euro.

Nel 2011 è cresciuto il numero di sostenitori che ha scelto le **Bomboniere Solidali**, in particolare per i matrimoni. Grazie anche a un' incisiva presenza nelle riviste specializzate e in alcune fiere e mostre di settore, le entrate derivanti da questo tipo di donazione sono aumentate di quasi il 50%.

Nel 2011 sono state per la prima volta sperimentate



le **Colombine**, colombe monoporzioni per festeggiare la Pasqua. L'iniziativa ha permesso di raccogliere 30 mila euro e per i prossimi anni, grazie a un maggiore coinvolgimento delle Sezioni, si può prevedere una crescita.

7.4 I grandi donatori

AIMS si contraddistingue per una lunga tradizione di collaborazione con i suoi grandi donatori, iniziata negli anni '90 e rivolta soprattutto al mondo aziendale. L'obiettivo è stringere partnership durature e di qualità, per realizzare progetti sia in favore delle persone con SM sia a sostegno alla ricerca scientifica. Tale impegno si è concretizzato nella capacità da parte di AISM di identificare le realtà aziendali e i settori più adatti cui rivolgersi,

di organizzare e proporre progetti specifici, di promuovere collaborazioni per il sostegno di eventi nazionali di raccolta fondi.

AIMS coinvolge le aziende partner mettendo a loro disposizione diverse modalità di sostegno:

- le erogazioni liberali;
- il sostegno a specifici progetti di ricerca o a favore delle persone con SM;
- il sostegno a campagne di comunicazione, informazione e sensibilizzazione;
- la realizzazione di progetti di CRM (cause related marketing o marketing sociale);
- il volontariato d'impresa.

Tra le numerose **partnership** instaurate tra AISM e le aziende si segnalano, in particolare, i risultati conseguiti nell'ambito della cooperazione con **ORO Saiwa** e con il **Gruppo Cariparma Crédit Agricole** oltre ad un focus sul progetto resto solidale, in collaborazione con il Gruppo Potenti.

Dieci anni d'ORO per Saiwa e AISM

Il 2011 ha visto le celebrazioni di un compleanno importante: 10 anni di collaborazione tra ORO Saiwa e AISM. Un sodalizio che negli anni è cresciuto e si è rafforzato, consentendo ad AISM di realizzare importanti progetti per le persone con SM grazie al sostegno dell'azienda. Per questa ricorrenza ORO Saiwa (oggi Kraft Foods Italia, seconda azienda alimentare del mondo) ha realizzato durante tutto l'anno diverse iniziative di solidarietà che hanno coinvolto consumatori, dipendenti della società e volontari AISM. In primavera è partito il progetto "Insieme protagonisti della bontà!", con cui ORO si è schierata in prima linea a fianco di AISM e ha chiamato tutti a fare altrettanto per raggiungere l'obiettivo di un mondo libero dalla SM. ORO Saiwa ha invitato il proprio pubblico di riferimento e AISM a diventare protagonista della bontà, attraverso un'iniziativa realizzata sul sito internet www.decimoanniversario.it. Da settembre l'azienda ha coinvolto i propri clienti nell'iniziativa "Insieme per raggiungere 3.500 ore". Acquistando i prodotti della linea ORO Saiwa si è potuto

sostenere concretamente l'obiettivo del raggiungimento di mille ore di terapia riabilitativa necessarie per arrivare al traguardo delle 3.500. Nello stesso periodo, all'interno dei punti vendita sono stati allestiti corner espositivi per dare visibilità all'iniziativa. La collaborazione con ORO Saiwa ha coinvolto anche Kraft Foods Italia: durante la Settimana nazionale della SM, la Saiwa Band & Friends for AISM, composta da dipendenti Kraft Foods Italia, ha messo in scena a Genova, Milano e Novi Ligure lo spettacolo musicale "All'ombra dell'ultimo sole..., omaggio a Fabrizio De Andrè" con un'ampia partecipazione di pubblico. Il ricavato è stato devoluto a sostegno delle attività locali. Kraft Foods Italia è anche molto attiva nella realizzazione di progetti di volontariato d'impresa. Nella prima settimana di ottobre, in occasione dell'evento nazionale Una Mela per la Vita, i dipendenti Kraft Foods Italia sono stati coinvolti nella "Delicious Difference Week", un'iniziativa che si svolge contemporaneamente in tutte le sedi Kraft a livello mondiale e che consiste nel realizzare attività socialmente utili; in Italia AISM è partner di questo evento da diversi anni e, nel 2011, hanno partecipato 43 dipendenti.



AI SM e il Gruppo Cariparma Crédit Agricole

Dal 2009 il Gruppo Cariparma Crédit Agricole è al fianco di AISM sostenendo il progetto “Famiglia e sclerosi multipla” e nel 2011 è arrivato un importante riconoscimento a questa collaborazione: AIFIN, Associazione Italiana Financial Innovation, ha assegnato al Gruppo bancario il 3° premio nella categoria “Iniziativa di carattere sociale” all’interno del concorso “Banca e Territorio”, promosso per sostenere il tema della responsabilità sociale d’impresa nel settore bancario. Il Progetto ha l’obiettivo di aiutare concretamente le persone con SM e le loro famiglie nell’ambito di servizi di informazione, ricerca sulla riabilitazione e formazione degli operatori sociali e sanitari dell’équipe interdisciplinare per la SM. Tutte le iniziative del 2011, dai web quiz ai weekend dedicati alle coppie con SM, ai percorsi di terapia occupazionale, sono state un successo. Grazie al sostegno del Gruppo sono stati potenziati gli Infopoint: nel 2011 le Sezioni formate hanno raggiunto quota 37, sono state attivate 11 nuove Sezioni e circa 500 contatti. Il Gruppo bancario ha poi sostenuto in modo importante la ricerca scientifica con il progetto Robot-aided therapy, nato nel 2009, e il progetto di Studio del movimento, che valuta i disturbi motori e monitora l’efficacia dei trattamenti di riabilitazione. Infine, Cariparma e AISM anche nel 2011 hanno sostenuto il 7° Convegno nazionale della Società Infermieri Sclerosi Multipla, svoltosi a Milano il 3-4 dicembre. Si completa così il Progetto Famiglia e SM con il tassello della formazione di operatori sociali e sanitari qualificati, grazie alla quale le persone con SM potranno incontrare professionisti altamente preparati e specializzati. Perché sono le persone la meta del rapporto, sinergico e poliedrico, tra il Gruppo Cariparma Crédit Agricole e AISM.

“Diamo una bella mano alla ricerca”:

il “resto solidale” sostiene la ricerca scientifica

Nel 2011 è stata realizzata un’importante iniziativa di raccolta fondi a favore della ricerca scientifica sulla SM grazie al coinvolgimento del Gruppo Potenti.

L’iniziativa “Diamo una bella mano alla ricerca” ha coinvolto i 47 punti vendita a marchio Brico lo di proprietà del Gruppo ed è stata proposta per 5 settimane, dal 7 marzo al 10 aprile, in concomitanza con La Gardenia dell’AISM. Alla clientela è stato chiesto di sostenere la ricerca scientifica sulla SM devolvendo il proprio resto (o una libera donazione) a seguito degli acquisti, direttamente in cassa. Con questa iniziativa sono stati raccolti più di 115 mila euro destinati alla ricerca scientifica.

Per promuovere al meglio l’iniziativa a tutti i dipendenti è stata fornita una formazione ad hoc su AISM e la SM e il progetto è stato sostenuto da una campagna di comunicazione con locandine, volantini e spot radiofonici.

Nell’approfondimento a fine capitolo sono sintetizzate le principali iniziative sostenute nel 2011 dalle aziende partner di AISM, da cui emerge il loro impegno a sostegno della lotta contro la SM. La rilevanza delle iniziative e la qualità dei partner sono la prova evidente dell’efficacia delle azioni portate avanti dall’Associazione per favorire il coinvolgimento e la cooperazione con il mondo delle imprese.

Proventi e oneri

derivanti dal dialogo con le aziende



SM Informa
 Prendi nota. Dai a FISM il tuo 5X1.000
 La rivista SM Informa è la rivista di informazione scientifica sulla Sclerosi Multipla. È la rivista di riferimento per tutti i sostenitori dell'Associazione. È la rivista di riferimento per tutti i sostenitori dell'Associazione. È la rivista di riferimento per tutti i sostenitori dell'Associazione.

AIISM informa i propri sostenitori

AIISM ritiene fondamentale aumentare il livello di conoscenza e di consapevolezza tra i propri sostenitori sulle attività dell'Associazione a sostegno delle persone con SM e sui progressi e lo stato di avanzamento della

ricerca scientifica. Per questa ragione ha voluto uno strumento specifico, la rivista SM Informa, che viene inviata periodicamente a tutti i sostenitori. Inoltre, per il pubblico che si è avvicinato all'Associazione in occasione dell'evento La Gardenia, è stata realizzata un'agile pubblicazione per informare su AIISM e sulle attività che svolge: Speciale Gardenia (vedi capitolo successivo).

Fondazioni bancarie e aziendali

Le Fondazioni, bancarie e aziendali, sono interlocutori sempre più importanti nelle attività di raccolta fondi promosse da AIISM. La forte presenza sul territorio di riferimento, l'interesse a sostenere progetti di qualità per le persone con SM o a favore della ricerca scientifica, sono solo alcuni dei requisiti che rendono le fondazioni soggetti di primario interesse con i quali realizzare partnership di rilievo. Anche nel 2011 AIISM ha lavorato a stretto contatto con alcune importanti Fondazioni bancarie e aziendali, riscontrando da un lato il consolidamento di alcune partnership importanti, dall'altro l'accreditamento verso nuove Fondazioni e la conseguente nascita di nuove collaborazioni.

Fondazione Cariverona: ha contribuito alla ristrutturazione dell'immobile di Auronzo di Cadore da destinare a Centro per persone con sclerosi multipla.

Compagnia di San Paolo: ha contribuito all'acquisto dell'apparecchiatura Virtual Reality Reha-

bilitation System – VRRS per il trattamento di disturbi motori e cognitivi in persone con SM.

Fondazione CRT: ha sostenuto il progetto "Il Centro AIISM nella città, la città nel Centro AIISM - uno spazio e servizi a disposizione delle persone con disabilità della città di Torino e Provincia".

Fondazione Cariparma: ha sostenuto il progetto "Casamia – benessere a autonomia per una migliore qualità di vita delle persone con sclerosi multipla", presso il Centro diurno e residenziale Casa Scarzara di Parma.

Fondazione Johnson&Johnson: ha contribuito ai lavori di ampliamento del Polo specialistico di Genova.

Enti pubblici

Tra le attività svolte da AIISM nella raccolta fondi c'è anche la progettazione in risposta a bandi pubblici. Nel 2011 i progetti di maggior rilievo sono stati:

- Ministero del Lavoro e delle politiche sociali - Legge n. 438/98 "Contributo statale a favore delle associazioni nazionali di promozione sociale".
- Ministero del Lavoro e delle politiche sociali - Legge 383/2000 ("Disciplina delle associazioni di promozione sociale") per il progetto "Rendicontazione sociale AIISM: un percorso di formazione per i volontari AIISM".
- Ministero del Lavoro e delle politiche sociali - Legge 266/1991 ("Progetti sperimentali di volontariato") per il progetto "Sportello di accoglienza, informazione, orientamento e tutela delle persone con sclerosi multipla del territorio dell'Aquila".

Proventi e oneri derivanti dal dialogo con gli enti pubblici e le fondazioni



Lasciti testamentari

AIISM è attiva in iniziative di sensibilizzazione e informazione finalizzate a dare un forte impulso ai lasciti testamentari. L'andamento della raccolta fondi da lasciti è strettamente legato all'attività di sensibilizzazione e informazione dell'opinione pubblica sul territorio e, di conseguenza, al ruolo strategico delle Sezioni dell'Associazione. Tale attività di informazione e sensibilizzazione si concretizza nell'organizzazione della **Settimana nazionale dei Lasciti**, nell'ambito della quale AIISM, tramite il supporto delle Sezioni territoriali, realizza una serie di incontri con i cittadini per diffondere e sostenere la cultura delle successioni.

Il contributo derivante da tali fondi è divenuto nel tempo sempre più rilevante per il sostegno delle attività di ricerca e di assistenza svolte dall'Associazione. Dal 1981 al 2011 l'Organizzazione ha potuto contare su 220 lasciti, per un totale erogato di circa 30 milioni di euro.

Il conseguimento dei risultati suddetti ha spinto l'Associazione a proseguire verso una sempre più capillare promozione dei lasciti testamentari sul territorio tanto che nel 2011 è nato il "Progetto pilota per la creazione del referente per la promozione dei lasciti sul territorio", un progetto di formazione rivolto in via sperimentale ad alcune Sezioni e finalizzato a realizzare una sempre maggior collaborazione tra la Sede nazionale e le Sezioni, con l'obiettivo di favorire una presenza capillare sul territorio e poter offrire al pubblico una corretta informazione sul tema dei lasciti.

Nel 2011 AIISM e FISM sono state nominate in 10 lasciti e polizze vita. L'ammontare di tali contributi ha superato 1,3 milioni di euro.

Risultati raggiunti

Il potenziamento e la differenziazione delle fonti di entrata è stato naturalmente condizionato dall'andamento dell'economia nazionale e mondiale con una accentuazione dei trend negativi nella seconda metà dell'anno 2011. Nonostante queste difficoltà i risultati attesi sono stati quasi integralmente conseguiti, rispettando il budget di entrata e rispar-



Settima edizione della Settimana nazionale dei Lasciti

28 incontri territoriali, organizzati da 26 Sezioni
Circa 1.000 partecipanti agli incontri
50 notai coinvolti dal Consiglio nazionale del Notariato
10 interviste trasmesse su radio e tv locali

miando sulle uscite.

L'attività face to face si è consolidata confermandosi una valida alternativa al direct marketing.

Nel 2011 si è lavorato al lancio del progetto Donneoltre che ha già raccolto le prime adesioni e promette di essere un importante strumento di contatto e raccolta verso il mondo delle aziende e delle fondazioni nel prossimo futuro.

Obiettivi

Le incerte prospettive dell'economia del Paese non consentono di essere particolarmente ottimisti sugli obiettivi dell'Associazione, il cui crescente ruolo e consolidamento nel panorama delle organizzazioni no profit italiane è tuttavia indiscutibile. Per il 2012 il settore della raccolta fondi mira a:

- lavorare in modo continuativo sulle tradizionali linee di lavoro e di rispettare le linee strategiche della programmazione triennale;
- recuperare certezze e stabilità nel costo delle spedizioni postali che rappresentano una voce importante di spesa e in cui il settore è fortemente impegnato in azioni di pressione verso le pubbliche autorità.

I partner di AISM nel 2011

ABB

ABB rinnova anche per il 2011 il sostegno al progetto Casa Scarzara, finalizzato alla realizzazione di un'infrastruttura tecnologica per la gestione degli allarmi di sicurezza per ambienti e ospiti. Dal 2008 coinvolge i dipendenti delle varie sedi italiane a partecipare ad attività di volontariato d'impresa in favore di AISM e a ospitare presso le proprie sedi, in occasione degli eventi nazionali di raccolta fondi, punti solidarietà per la distribuzione di piante di gardenia e sacchetti di mele.

Alì e Aliper

Da molti anni al fianco di AISM e della sua Fondazione, la catena di supermercati e ipermercati in occasione delle festività natalizie 2011 ha coinvolto i propri clienti a sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla.

Antoniodeluca farm

Azienda leader nel settore florovivaistico, con sedi in Italia e negli USA, in occasione di Euroflora 2011 – fiera internazionale di settore – ha realizzato un'iniziativa di raccolta fondi in favore di AISM. Gli importi raccolti sono andati a sostenere una borsa di ricerca biennale sulla sclerosi multipla.

Banca d'Italia

Banca d'Italia, partner di AISM da molti anni, ha confermato il suo sostegno alla ricerca con una donazione finalizzata allo studio clinico internazionale per sperimentare l'efficacia delle staminali mesenchimali nei pazienti con sclerosi multipla.

Banca Fideuram e Sanpaolo Invest

Banca Fideuram ha rinnovato anche nel 2011 il proprio supporto alla ricerca scientifica sulla SM, sia tramite un sostegno corporate che, nel periodo natalizio, coinvolgendo tutte le sedi, le filiali e gli uffici dei promotori finanziari Banca Fideuram e Sanpaolo Invest a partecipare a un'iniziativa di raccolta fondi che ha consentito di distribuire circa 25 mila Stelle della Solidarietà.

Banca Generali

Banca Generali sostiene AISM da molti anni. Anche il 2011 è stato ricco di eventi e di progetti finanziati: il progetto più importante investe direttamente il sostegno alle persone con SM socialmente più deboli. Inoltre Banca Generali ha promosso in completa autonomia presso dipendenti molti gadget AISM.

Bayer Healthcare

L'azienda farmaceutica ha sostenuto progetti e iniziative nell'ambito dei servizi agli operatori sociali e sanitari: il Convegno FISM, alcuni volumi della collana giovani, oltre all'attività editoriale in generale.

Best Western

La catena alberghiera è da diversi anni a fianco dell'Associazione. Nel 2011 ha confermato ancora una volta la partecipazione di parte degli hotel all'iniziativa natalizia. L'impegno di Best Western dura tutto l'anno con il supporto nella promozione dei principali eventi AISM attraverso il web e la pubblicazione di un annuncio AISM all'interno della loro tradizionale guida annuale.

Biogen Idec Italia

Partner consolidato di AISM, ha sostenuto progetti soprattutto nell'ambito dei servizi agli operatori sanitari e sociali. In particolare ha contribuito al settimo Convegno nazionale SISM.

CAD - Igiene&Bellezza

La collaborazione con CAD nasce nel 2007 e da allora l'impegno da parte dell'Azienda, specializzata in prodotti di igiene e bellezza, continua a crescere e rafforzarsi, coinvolgendo sempre più persone. La clientela dell'Azienda può contribuire al finanziamento di un progetto di ricerca scientifica dell'Università degli Studi di Ferrara attraverso il catalogo di fidelizzazione PromoCard. Inoltre anche per Natale 2011 CAD ha distribuito in tutti i suoi punti vendita le Stelle della Solidarietà, contribuendo ulteriormente al finanziamento della ricerca. Durante tutto l'anno, CAD garantisce il proprio supporto nella promozione dei principali eventi associativi, distribuendo materiale informativo in tutti i suoi punti vendita.

Deloitte

In collaborazione con AISM, realizza dal 2008 l'iniziativa di volontariato d'impresa "Noi ci siamo". Anche nel 2011, in una sola giornata, sono stati coinvolti centinaia di professionisti Deloitte che hanno svolto attività di volontariato presso circa 20 Sezioni e organizzato punti solidarietà per la raccolta fondi: le donazioni raccolte sono state destinate a progetti locali. I professionisti Deloitte hanno anche realizzato una raccolta fondi interna donando una o più ore della propria retribuzione a sostegno della ricerca scientifica.

EGL

Egl con il proprio brand, Energia Viva, sostiene da tre anni la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla e, in occasione del Natale, invita tutti i propri stakeholders a fare altrettanto.

Federfarma

Nel 2011 è stato lanciato in alcune regioni, e consolidato in altre, il sodalizio tra Federfarma e AISM che ha coinvolto centinaia di farmacie presenti in tutta Italia ad aderire all'iniziativa di raccolta fondi natalizia "Stelle della solidarietà". I fondi raccolti sono andati a sostenere progetti di ricerca scientifica sulla SM e progetti locali in favore delle persone con sclerosi multipla.

Focaccia Attrezza Veicoli

Inizia nel 2011 la collaborazione tra AISM e Focaccia, azienda che mette al servizio delle persone con ridotte capacità motorie tutta la propria esperienza per quanto riguarda l'allestimento di veicoli.

Genertellife

Genertellife, compagnia diretta vita e previdenza in Italia del Gruppo Generali, ha scelto di designare AISM quale Onlus destinataria dei premi non assegnati mediante uno dei concorsi a premi indetti dall'azienda.

Merck Serono

Ha sostenuto in particolare progetti nell'ambito dei servizi agli operatori sanitari e sociali con un corso di formazione su "Recenti acquisizioni sulla SM", oltre alla Leadership Conference e all'attività editoriale. Ha inoltre erogato un contributo liberale per la ricerca scientifica.

Novartis

Ha sostenuto progetti e iniziative nell'area dei servizi per gli operatori e ha in particolare contribuito al Progetto Rete Psicologi e al Convegno FISM.

Pompadour

Inizia nel 2011 la collaborazione con Pompadour, leader italiano nella produzione di tè sfuso in bustine e tisane. In occasione di Una Mela per la Vita, evento nazionale di sensibilizzazione e raccolta fondi, l'azienda ha promosso la partecipazione all'evento anche attraverso propri canali e una campagna stampa realizzata ad hoc.

PAM Panorama

Per il quarto anno consecutivo hanno aderito all'iniziativa natalizia scegliendo le Stelle della Solidarietà: in tutti i punti vendita del Gruppo, l'azienda ha proposto questo prodotto solidale, contribuendo a finanziare la ricerca scientifica sulla SM. Il Gruppo ha dimostrato di essere a fianco dell'Associazione accogliendo direttamente in punto vendita volontari e dialogatori AISM e garantendo il proprio supporto nella promozione dei principali eventi associativi attraverso i propri canali. Inoltre nel 2011 ha scelto AISM quale Onlus destinataria dei premi non assegnati attraverso uno dei concorsi a premi indetti dall'Azienda, potenziando ancora il contributo garantito alla ricerca.

SIA

Leader europeo nei servizi finanziari e nei sistemi di pagamento, l'azienda ha coperto il finanziamento di un'intera borsa di studio di ricerca scientifica seguita da Matteo Coen, dal titolo "Caratterizzazione della parete venosa nella sclerosi multipla". L'obiettivo dello studio è acquisire una preparazione in biologia vascolare adatta a investigare ruolo e patogenesi delle alterazioni osservate nella vena giugulare di pazienti con sclerosi multipla affetti dalla sindrome di insufficienza venosa cronica cerebrospinale. L'impegno dell'azienda va oltre il sostegno economico: nel corso del 2011 ha realizzato materiale informativo sulla SM per sensibilizzare e informare puntualmente i propri dipendenti sulla patologia e ha ospitato i volontari AISM in occasione dei principali eventi nazionali, garantendo un aiuto concreto nel distribuire i prodotti legati alla manifestazione e coinvolgere tutti i dipendenti.

SIGMA

Per il secondo anno consecutivo l'azienda della grande distribuzione ha scelto AISM come Onlus da presentare alla propria clientela. L'Associazione compare all'interno del catalogo di raccolta punti distribuito a oltre 85 mila clienti, i quali hanno potuto scegliere di devolvere ad AISM una parte dei punti raccolti. I fondi raccolti sono stati destinati alla ricerca scientifica.