



2023

Bilancio Sociale

1 ottobre 2022 - 30 settembre 2023

Make-A-Wish®
ITALIA ONLUS



LETTERA DEL PRESIDENTE

“*La malattia costringe sempre a fare una scelta. Se affrontare il tutto in modo negativo, autocompatendosi e piangendosi addosso, oppure ad un atteggiamento positivo, cercando di riuscire a cogliere tutto ciò che il male che hai dentro ti offre trasformandolo in qualcosa di utile e piacevole. Questa è una scelta molto difficile. Non sempre è facile essere positivi, costa fatica. Tanta. Quante volte uno verrebbe in chiudersi se stesso e buttare in un tombino la chiave? Il malato viene aiutato da tutte le magnifiche persone che lo circondano, che portano una ventata di allegria e speranza. Cose che servono a rimanere allegri e a credere nei sogni. Make-A-Wish e i suoi sostenitori rendono possibile tutto ciò. Bambini e ragazzi, soprattutto se ammalati, non dovrebbero mai smettere di credere nei sogni. Grazie a chi ha reso possibile la realizzazione del mio!*

Gabriele, 18 anni, leucemia, “Vorrei conoscere da vicino il mondo dei Manga”

Cari Amici di Make-A-Wish,

Ammetto che non esiste premessa più bella e appropriata delle parole di un ragazzo che condivide la sua personale esperienza con Make-A-Wish. Parole che ci incoraggiano e ci spronano a proseguire nel nostro impegno, che dura ormai da quasi 20 anni, nonostante le difficoltà e i periodi complessi.

L'anno trascorso è stato ancora una volta un periodo di sfide, influenzate dalla crisi economica e dall'inflazione che hanno colpito il nostro paese. Tuttavia, grazie all'impegno incrollabile di tutti, posso con orgoglio affermare che abbiamo superato queste difficoltà con determinazione e resilienza. I risultati operativi che abbiamo raggiunto lo testimoniano. La passione instancabile dei nostri meravigliosi volontari, il supporto generoso dei nostri sostenitori e la professionalità e l'impegno del nostro team sono stati i pilastri fondamentali che hanno reso possibile il significativo miglioramento rispetto all'anno precedente.

Il numero dei desideri esauditi quest'anno ha registrato un ulteriore aumento rispetto all'anno precedente,

nonostante un contesto generale, e in particolare economico, notevolmente diverso. La qualità ed il livello di creatività con cui i desideri sono stati realizzati, in molti casi sono stati semplicemente stupefacenti, come dimostrano anche le testimonianze toccanti che riceviamo regolarmente dalle famiglie e dai bambini e ragazzi che abbiamo avuto l'onore di servire.

Anche la raccolta fondi nel 2022/2023 ha registrato un trend positivo, con un notevole aumento delle donazioni da parte dei privati desiderosi di adottare uno dei desideri sulla nostra lista di attesa. Anche le campagne di raccolta fondi, inclusa quella delle uova di Pasqua e quella di Natale, hanno riportato risultati significativi.

È con profonda gratitudine che rmi rivolgo a tutti coloro che, in qualità di membri della grande famiglia Make-A-Wish, ci hanno avvicinato con affetto, ci hanno dimostrato fiducia e ci hanno donato la propria generosità. La vostra preziosa vicinanza e il vostro sostegno fidato sono i pilastri che rendono possibile la realizzazione della nostra missione. Grazie di cuore per la vostra straordinaria partecipazione.

Un ringraziamento particolare lo vorrei fare al nostro Consiglio Direttivo, al Collegio Sindacale e alla Società di Revisione che hanno svolto un ruolo cruciale nell'assicurare la trasparenza e la governance solida che sono essenziali per organizzazioni come la nostra.

E come ho menzionato precedentemente, tutti i colleghi del team di Make-A-Wish negli uffici di Genova e Milano hanno affrontato con professionalità e passione le sfide, inclusa la gestione delle situazioni più complesse ed emergenziali. Sono grata per l'eccellente lavoro svolto, che ha contribuito in modo significativo ai positivi risultati operativi che stiamo presentando oggi.

Grazie a ciascuno di voi, quest'anno siamo riusciti a fare la differenza nella vita di 228 bambini e delle loro famiglie. Un traguardo importante di cui andiamo fieri.

Adesso guardiamo al futuro con speranza e determinazione, pronti a continuare a realizzare sogni e a diffondere gioia nel mondo. Perché, come scrive il nostro Gabriele nella sua meravigliosa lettera: “Bambini e ragazzi, soprattutto se malati, non dovrebbero mai smettere di credere nei sogni.”



Sune Frontani
Co-Fondatrice & Presidente Make-A-Wish Italia



Indice

1 - Nota Metodologica
pag 6

2 - Informazioni generali sull'Ente
pag 9

3 - Struttura, Governo e Amministrazione
pag 20

4 - Persone che operano per l'Ente
pag 26

5 - Obiettivi e attività
pag 36

6 - Situazione Economico-Finanziaria
pag 78

7 - Monitoraggio dell'organo di controllo
pag 85



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio sociale 2022/2023 di Make-A-Wish Italia è redatto nella massima trasparenza per consolidare il rapporto con gli stakeholder dell'Associazione e ha l'obiettivo di presentare informazioni chiare e facilmente comprensibili in merito alle responsabilità, ai propri valori e comportamenti e ai risultati sociali ed economici delle attività svolte. Rappresenta anche uno strumento fondamentale per comunicare la coerenza con la propria mission, che è quella di realizzare i desideri dei bambini affetti da gravi malattie e che si inquadra nell'attività di interesse generale prevista dalla lettera u) dell'art. 5 del Dlgs 117/2017 “beneficenza, sostegno a distanza,... erogazione di denaro, beni o servizi a sostegno di persone svantaggiate”

Segue le Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore definite dal Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 4 luglio 2019. Il periodo di rendicontazione a cui fa riferimento è l'anno fiscale 1° ottobre 2022-30 settembre 2023.

In particolare i dieci principi previsti dall'art. 5 delle linee guida.

a.1) Completezza: che prevede che vadano identificati tutti i principali stakeholder e quindi inserite le informazioni rilevanti di interesse di ciascuno;

a.2) Rilevanza: che prevede di inserire senza omissioni tutte le informazioni utili ad una valutazione da parte degli stakeholder;

a.3) Trasparenza: che prevede che i criteri utilizzati per rilevare e classificare le informazioni;

a.4) Neutralità: le informazioni vanno rappresentate in modo imparziale, documentando quindi aspetti positivi e negativi;

a.5) Competenza di periodo: che prevede vadano documentati attività e risultati dell'anno di riferimento;

a.6) Comparabilità: vanno inseriti per quanto possibile dati che consentano il confronto temporale (come

un certo dato varia nel tempo) e spaziale (confrontando il dato con quello di altri territori / Enti)

a.7) Chiarezza: deve essere utilizzato un linguaggio accessibile anche a lettori privi di specifica competenza tecnica;

a.8) Veridicità e verificabilità: vanno indicate le fonti utilizzate

a.9) Attendibilità: bisogna evitare sovrastime o sottostime e non presentare dati incerti come se fossero certi;

a.10) Autonomia: qualora sia richiesto a soggetti terzi di collaborare alla redazione del bilancio, ad essi va garantita autonomia e indipendenza nell'esprimere giudizi.

Il Bilancio Sociale di Make-A-Wish Italia è altresì in linea con le politiche di controllo di Make-A-Wish Foundation International. MAWI valuta la performance di ciascun'Affiliata come anche quella di Make-A-Wish Italia. Il rapporto di Business Intelligence (rapporto BI) contiene un'analisi dei dati e delle prestazioni di tutte le Affiliate inclusa la nostra. Si basa principalmente sui dati inseriti dalle Affiliate ogni trimestre nel **Salesforce Affiliate Performance Database (APD)**.

Questo esaustivo report è realizzato da un Team di Sviluppo e Assistenza alle Affiliate. Viene pubblicato trimestralmente e annualmente e inviato a tutte le Affiliate e il personale di MAWI. Il report evidenzia l'obbligo per l'Affiliata di gestire i propri fondi in modo responsabile, con uno sguardo anche al tema della responsabilità sociale e all'affidabilità dell'organizzazione. Inoltre, evidenzia i punti di forza e di debolezza delle singole Affiliate valutando le aree chiave, come il personale, l'attività istituzionale e la stabilità finanziaria. In questo modo, MAWI comprende le esigenze delle sue Affiliate per poter agevolare eventuale supporto e aiuto reciproco all'interno della comunità internazionale.

Il Bilancio sociale è pubblicato nel sito istituzionale di Make-A-Wish Italia: www.makeawish.it

**Denominazione**

Make-A-Wish Italia Onlus

Iscrizione Anagrafe Unica delle Onlus

prot. 33619/2004 con decorrenza 22/10/2004

Iscrizione nel registro Associazioni Riconosciute

di cui all'art. 3 DPR 361/2000 n. 54 con decorrenza
27/04/2006

Sede legale e centrale

Piazza S. Matteo 15/9 16123 Genova

Altre sedi operative

Via G. Gabetti, 15 Scala B 20147 Milano
Piazza Matteotti 2/3a 16123 Genova

Codice Fiscale 95090980103

P.Iva 02764740995

E-mail info@makeawish.it
Telefono +39 010 8681336

Sito internet

www.makeawish.it



“

L'impotenza rispetto alla malattia è devastante per un genitore. La nostra famiglia ha dovuto affrontare momenti difficili, vedere un figlio sorridere è la gioia più grande...



MONICA

la mamma di Maria, 15 anni, Leucemia

CHI SIAMO NEL MONDO

Nel 1980, negli USA, Chris, un bambino di 7 anni affetto da leucemia, desiderava per un giorno essere un poliziotto.

Non immaginava che dal suo desiderio sarebbe nata un'organizzazione che avrebbe cambiato milioni di vite.

Così è nata Make-A-Wish, che ad oggi ha realizzato i desideri di oltre 500 mila bambini che lottano contro una malattia grave, in tutto il mondo.



1980

Fondazione
a Phoenix



550.000

Desideri realizzati
in tutto il mondo

Da quel momento, ogni anno, Make-A-Wish celebra la Giornata Mondiale del World Wish Day, un evento che ricorda gli oltre 40 anni di realizzazione di desideri.



50

Paesi



CHI SIAMO IN ITALIA

Make-A-Wish Italia è affiliata di Make-A-Wish Foundation International ed è riconosciuta giuridicamente dallo Stato Italiano con la Missione di realizzare i desideri di bambini e ragazzi affetti da gravi patologie di età compresa tra i 3 e i 17 anni.

L'appartenenza ad una realtà Internazionale, rappresenta per Make-A-Wish Italia l'opportunità unica di realizzare con la massima efficienza desideri in tutte le parti del mondo e, in un'ottica di reciproca collaborazione, permette di ricevere assistenza per i desideri dei nostri bambini e di fornire a nostra volta supporto ai bambini stranieri che hanno espresso il loro "desiderio italiano".



19

Anni
di attività



+2800

Desideri
realizzati
dal 2004



250

Volontari
in Italia



2006
"Vorrei andare sulla neve"
Veronica, leucemia

Make-A-Wish Italia è stata fondata a Genova nel 2004 da Fabio e Sune Frontani in memoria della loro figlia Carlotta, scomparsa a 10 anni a causa di una grave malattia. Da più di **diciannove anni** offre ai bambini e ragazzi affetti da gravi malattie e alle loro famiglie la possibilità di vivere un'esperienza ricca di emozioni positive che cambia la loro vita. Con sede a Genova e un ufficio a Milano opera su tutto il territorio nazionale grazie a una fitta rete di volontari. Svolge la sua attività in sinergia e a supporto di altri enti del terzo settore, come fondazioni ospedaliere, case famiglia e altre associazioni che assistono i bambini durante il percorso della malattia.



Desideriamo onorare la sua memoria facendo quello che lei voleva fare: portare un momento di felicità e di speranza ai bambini che soffrono.

E' per questo motivo che abbiamo deciso di impegnarci e di portare la meravigliosa missione di Make-A-Wish anche in Italia.

Siamo sicuri che la nostra Carlotta è contenta di quello che stiamo facendo e sentiamo che è lei a guidarci dall'alto con il suo indimenticabile sorriso.

Sune e Fabio Frontani
Fondatori di Make-A-Wish Italia

”

LE PRINCIPALI TAPPE



LA MISSIONE E IL SUO IMPATTO



Insieme realizziamo desideri, che cambiano la vita a bambini e ragazzi affetti da gravi malattie.

Crediamo che un desiderio esaudito sia un'incredibile esperienza positiva che aiuta il bambino a guardare avanti con speranza, rendendolo più forte nella sua battaglia contro la malattia. E per questo, ci impegniamo, ogni giorno, con passione e dedizione a realizzare il desiderio del suo cuore.

La Missione di Make-A-Wish è una risposta concreta alle difficoltà che un bambino e la sua famiglia si trovano ad affrontare quando la malattia entra nella loro vita e la stravolge. Ci si "ammala" di paura, si è costretti a rinunciare alla propria quotidianità, ci si sente impotenti e sprovvisti di ogni strumento utile per combattere. In alcune circostanze si è costretti ad abbandonare la propria casa, la propria città, e in famiglia ci si deve dividere per poter stare vicino all'ospedale.

Incontrare Make-A-Wish significa intraprendere un percorso programmato e pianificato con cura per accompagnare il bambino fino alla realizzazione del suo desiderio del cuore. Make-A-Wish offre a questi bambini un'esperienza coinvolgente e stimolante che, secondo i principi della Psicologia Positiva, è complementare alle cure mediche, perché li incoraggia a combattere, accresce la fiducia in sé stessi e sviluppa resilienza, aumentando così le probabilità di guarigione.

Essere stimolati a sognare e poter realizzare il desiderio del proprio cuore è per questi bambini, ma anche per le loro famiglie e la comunità che li circonda, un'opportunità unica: vedere la vita in un'ottica positiva, divertirsi, svegliarsi al mattino pensando a qualcosa di bello. Esprimere un desiderio vuol dire anche poter scegliere autonomamente, decidere da solo in un momento della vita in cui quasi tutte le decisioni le prendono gli altri, vuol dire focalizzare l'attenzione su cosa sarà possibile, su cosa "potrò" e non su cosa "non potrò" fare. Inoltre, quando un bambino è molto malato, un desiderio gli restituisce un po' della sua infanzia, la sua normalità e regala momenti per stare insieme e ricordi preziosi anche a tutta la famiglia.

“

Ciao, sono Claudia, una di quelle persone che nella propria vita ha sperimentato direttamente il dolore, ma anche constatato l'esistenza del calore umano.

Da quando mi fu diagnosticata la malattia, la leucemia, l'ospedale diventò, per anni, la mia casa. Certo, la malattia e le pesanti terapie buttavano giù, ma poi scoprii un mondo fatto di persone che dedicano il loro tempo ad aiutare gli altri, a farli sentire meno soli.

Nei momenti di buio, i sogni e le speranze sono quelli che ci sostengono per andare avanti.

A me piace moltissimo viaggiare ed un mio grande sogno era quello di poter visitare Amsterdam.

*Un bel giorno, si presentano a casa mia Agata ed Anna, due volontarie e, tra palloncini risate e battute, mi dicono: “**Preparati a partire**”. Penso sia uno scherzo, ma poi vedo i biglietti e già con la fantasia mi proietto nella città di Anna Frank, vedo i quadri di Van Gogh, i canali ed i mulini. **Non sto più nella pelle, mi assale una emozione indescrivibile.***

*Con i miei genitori preparo le valige: Il mio sogno si realizza grazie a Make-A-Wish. Con un'organizzazione impeccabile, mi fanno immergere in questa città cosmopolita. Cerco di vivere Amsterdam al massimo. **Ritorno a casa e la mia sensazione è, ancora oggi, di sognare il mio sogno. Grazie Make-A-Wish!***

Claudia, 17 anni, Leucemia

UN DESIDERIO A SUPPORTO DELLE CURE

Un desiderio che si realizza aiuta il bambino a trovare l'energia necessaria per combattere la malattia e aumenta le probabilità di guarigione. Il bambino viene incoraggiato a superare i propri limiti, l'intera famiglia supportata nel vincere le ansie e le preoccupazioni. E' scientificamente provato che, in presenza di una grave malattia, un desiderio esaudito migliora la qualità della vita.



75%

dei medici afferma che l'esperienza del desiderio migliora i **risultati clinici** del bambino



73%

dei bambini ha dichiarato che esprimere un desiderio ha migliorato il loro **benessere fisico**.



94%

dei genitori ha visto migliorare il **benessere emotivo** del loro bambino durante il percorso di cura

I dati del Wish Impact Study 2021 condotto da Make-A-Wish Foundation of America confermano quanto sia importante vivere questa esperienza positiva che trasforma il dolore in gioia e migliora la qualità della vita di tutte le persone coinvolte.



Molti non sanno che quando parliamo di “potenza” di un desiderio c'è un fondamento scientifico alla base di questa affermazione

Keith Goh
Neurochirurgo pediatrico di Singapore
Past President Make-A-Wish Foundation International
Presidente Comitato Scientifico Make-A-Wish International



I NOSTRI PRINCIPI E VALORI

Centralità del Bambino

Make-A-Wish Italia mette sempre il bambino e il suo desiderio al centro dell'attenzione.

Integrità

Make-A-Wish Italia porta avanti la sua missione in modo corretto ed eticamente responsabile.

Trasparenza

Make-A-Wish Italia dedica particolare riguardo all'impiego delle risorse e costruisce un rapporto di fiducia con i suoi benefattori.

Innovazione

Make-A-Wish Italia crede nell'importanza di essere creativi e innovativi per assicurare un'esperienza ineguagliabile.

Responsabilità

Make-A-Wish Italia porta avanti ogni fase della sua attività con la massima attenzione ad ogni piccolo dettaglio.

Immaginazione

E' il punto di partenza che il bambino compie al fianco di Make-A-Wish, è lo stimolo alla sua fantasia, è potente e stimolante.

Forza

Per un bambino malato sentirsi forte è essenziale, la forza genera resilienza nella cura della malattia.





LA GOVERNANCE

Il rapporto tra Make-A-Wish Foundation International (MAWI) e Make-A-Wish Italia si basa su una struttura di Governance di lunga data e ben definita, stabilita da diversi documenti chiave nella gerarchia legale (di seguito). Questa struttura di Governance è fondamento legale per tutte le operazioni, le rendicontazioni trimestrali e la collaborazione tra MAWI e tutte le sue Affiliate.

L'applicazione di questi documenti contribuisce infatti a garantire una buona gestione, un'adeguata supervisione, operazioni sostenibili ed elevati standard etici, assicura il raggiungimento della nostra missione e il rispetto delle leggi e degli standard elevati in tutto il mondo.



Make-A-Wish svolge in Italia la sua attività sociale in piena autonomia secondo la disciplina del suo Statuto, redatto nel rispetto dei principi di democraticità e rappresentatività e depositato presso gli organi competenti.

La struttura di Governance di Make-A-Wish Italia le permette di operare in maniera coerente e trasparente. Prevede la presenza di diversi organi sociali dotati di competenze e poteri distinti a cui sono demandati la gestione, l'amministrazione e il controllo.

LA GOVERNANCE DI MAKE-A-WISH ITALIA

ASSEMBLEA DEI SOCI

Fabio Frontani – Socio Fondatore
Sune Schwenkbier – Socio Fondatore

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Maura Zagato David Bevilacqua
Alessandro Magozzi Claudio Foscoli
Christina Hallmert

PRESIDENTE

Sune Schwenkbier

VICE PRESIDENTE

Paola Bassino

ORGANO DI CONTROLLO

Mario Pacciani (Presidente)
Edoardo Lagomarsino e Elvio Meinero (effettivi)
Enrico Torri e Cinzia Farinetti (supplenti)

TESORIERE

Stefano Cavaglione

SOCIETÀ DI REVISIONE (ESTERNA)

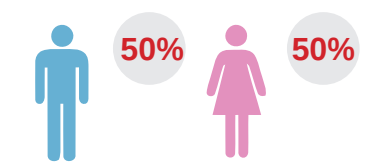
Baker Tilly Revisa S.p.A

Gli organi sociali svolgono le loro cariche a titolo gratuito. La gratuità è stata prevista anche per tutti i membri dell'Organo di Controllo e anche la Società di Revisione esterna offre il suo servizio a titolo gratuito.

Nel rispetto del principio di trasparenza fatto dall'Associazione ed in ottemperanza alla Linee Guida per la redazione del bilancio sociale degli Enti del Terzo Settore, la tabella seguente illustra la composizione e le principali competenze degli organi. Ulteriori informazioni sugli organi e la Governance possono essere reperiti consultando lo Statuto dell'Associazione.



ASSEMBLEA DEI SOCI



L'Assemblea dei soci è l'organo al quale spettano le decisioni più importanti. Ha una funzione normativa e di controllo che si sostanzia in differenti competenze tassative:

Funzione Normativa:

- delibera sulle modifiche statutarie compreso l'eventuale scioglimento dell'associazione; l'approvazione dei regolamenti, e la nomina degli organi direttivi

Funzione di controllo:

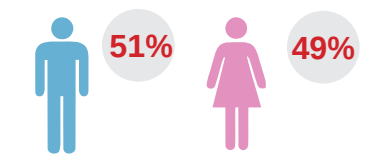
- approva il bilancio consuntivo, del preventivo e del bilancio sociale;
- nomina e revoca dei componenti dell'organo Direttivo e dell'Organo di Controllo
- delibera sulle materie attinente alla gestione e sottoposte dagli altri organi dell'Associazione
- delibera l'azione di responsabilità nei confronti degli Amministratori

PRESIDENTE



Presidente del Consiglio direttivo, detiene la legale rappresentanza dell'Associazione. Egli convoca e presiede inoltre l'Assemblea dei Soci e le riunioni del CdA. Cura le relazioni e instaura collaborazioni con i soggetti istituzionali, pubblici e privati. Svolge tutte le altre funzioni a lui attribuite dallo Statuto.

CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE



Secondo lo Statuto, è composto da un minimo di cinque (5) ad un massimo di nove (9) componenti, secondo la decisione dei Fondatori e all'atto della prima nomina e, successivamente, secondo statuto da deliberazione dell'Assemblea. Nomina il Vice Presidente, il Segretario e il Tesoriere (anche al di fuori dei suoi componenti) I membri del Consiglio Direttivo rimangono in carica sino all'approvazione del Bilancio Consuntivo relativo al primo esercizio successivo alla loro nomina e possono essere riconfermati. L'attuale Consiglio direttivo, nominato in sede di approvazione del bilancio chiuso al 30.09.2021, è composto da 9 membri. Il Consiglio Direttivo provvede a stabilire annualmente le linee generali dell'attività

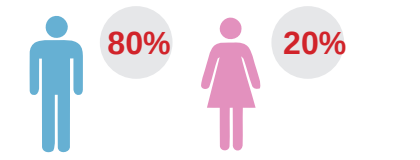
TESORIERE



della Associazione, attraverso la definizione e modifica dello Statuto, ad approvare il Bilancio Economico di previsione e il Bilancio Consuntivo annuale, ad eleggere al proprio interno il Presidente e a delegare specifici compiti a uno o più Consiglieri. Inoltre, il Consiglio amministra il patrimonio della Associazione e delibera l'accettazione di eredità, legati o contributi. Lo stesso si riunisce per un minimo di tre volte l'anno con l'obiettivo di definire la strategia della Associazione, approvare il budget e il bilancio e gestire la parte ordinaria, straordinaria e strategica. Alle riunioni è presente di norma la totalità dei consiglieri

Il Tesoriere ha il compito della gestione amministrativa dell'Associazione e della tenuta della contabilità, nonché il potere di eseguire tutte le opportune ed occorrenti operazioni finanziarie. Nello svolgimento delle sue funzioni lavora in stretto contatto con l'ufficio amministrativo e con il direttore amministrativo che lo dirige.

ORGANO DI CONTROLLO



Vigila sulla gestione finanziaria e patrimoniale della Fondazione, accerta il rispetto delle norme di legge e dello Statuto, esamina le proposte di bilancio economico preventivo e di bilancio consuntivo annuale, nonché il bilancio sociale, redigendo apposite relazioni. L'Organo di Controllo (composto dal un Presidente, 2 effettivi e due supplenti) resta in carica sino all'approvazione del Bilancio Consuntivo annuale relativo al terzo esercizio successivo alla nomina e può essere riconfermato.

SOCIETÀ DI REVISIONE

Il bilancio di Make-A-Wish Italia è sottoposto a revisione contabile volontaria da parte di Baker Tilly revisa S.p.A. nominata dall'assemblea su proposta dell'Organo di Controllo.

GLI STAKEHOLDER

Nel corso del 2023 Make-A-Wish Italia ha continuato il percorso di definizione dei suoi Stakeholder, individui o realtà attivamente coinvolti o impattati dalla Missione, suddividendoli secondo il loro livello di coinvolgimento e cercando di rafforzare sempre più il rapporto con loro. Tale mappatura è necessaria ai fini di conoscere i propri portatori d'interesse e identificare sempre più chiaramente esigenze e necessità alle quali l'Associazione può rispondere.



Livello 1

Bambini
Famiglie



Livello 2

Ospedale e Ambiente sanitario
Case Famiglia e altri enti.



Livello 3

Donatori	Individui o società coinvolte
Partner	nell'organizzazione del desiderio
Volontari	Mass Media
Staff	
Collaboratori	



Livello 4

Make-A-Wish International



“Vorrei avere un giardino rosa”
Simona, 6 anni, Leucemia



LO STAFF

Make-A-Wish Italia, sotto la guida del Presidente, porta avanti la propria Missione avvalendosi di uno Staff motivato ed efficiente.

Persone che, oltre ad essere caratterizzate da grande professionalità, apportano un valore aggiunto perché guidati da forte dedizione alla causa e senso di appartenenza che contribuisce a garantire un ambiente di lavoro dinamico ed equilibrato in grado di affrontare, con coraggio e responsabilità, i problemi anche nelle situazioni di incertezza.

Lo Staff è suddiviso in 4 reparti, il cui operato è implementato da collaborazioni occasionali su specifici progetti e dal prezioso contributo di tutti i volontari che coprono l'intero territorio nazionale.

E' composto da 14 persone, aumentato di 3 unità rispetto all'anno precedente per rispondere alle necessità del reparto marketing (attività shop e comunicazione) e ad una sostituzione maternità nel reparto wish.

AMMINISTRAZIONE Claudio Sugliano, Donatella Borrello, Vanessa Benenati

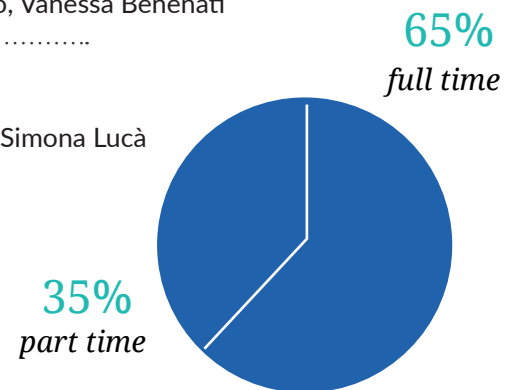
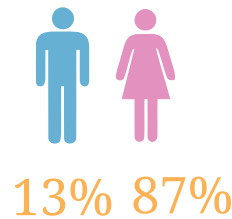
WISH GRANTING

Chiara Lazzerini, Laura Romeo, Gabriella Monti, Deborah Rolandi, Simona Lucà

MARKETING E FUNDRAISING

Jessica Abbaduto, Francesca Parodi, Violantina Chiavari, Anthea Valerani, Simonetta Grimaudo

VOLONTARIATO Luca Talamazzi



Il contratto di lavoro applicato è il CCNL Commercio - Contratto Collettivo Nazionale del Terziario

In riferimento alla riforma del Terzo Settore del 2017 e con specifico riferimento al divieto di corresponsione a lavoratori subordinati o autonomi di retribuzioni o compensi superiori del 40% rispetto a quelli previsti, per le medesime qualifiche, dai contratti collettivi di cui all'articolo 51 del decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81, si evidenzia che lo stesso appare rispettato, in quanto nessun super minimo contrattualizzato supera del 40% la retribuzione lorda prevista con riferimento al livello di inquadramento

In ottemperanza alla sezione 2 D.M. 4/7/2019, il limite massimo del rapporto di 1 a 8 previsto per le retribuzioni è stato rispettato per l'anno 2021-2022

Per consolidare le competenze e le capacità dello Staff, Make-A-Wish Italia si avvale anche del supporto offerto da **Make-A-Wish Foundation International** che mette a disposizione specifiche sessioni formative e materiali che coinvolgono tutte le aree di azione (rapporti con il personale medico, realizzazione dei desideri, raccolta fondi, volontariato, rendicontazione finanziaria, ecc). Inoltre, ciascun Reparto è coinvolto in incontri periodici con le Affiliate di altri paesi durante i quali si condividono esperienze, obiettivi e progetti rappresentando una modalità di formazione reciproca e condivisa che permette di identificare le migliori pratiche operative.



“*Ci hanno parlato di voi come pillola di felicità e vedendo il sorriso di Davide posso confermare che siete una buona medicina e anche molto efficace. Come ricorda un dottore a me caro, le endorfine servono come i chemioterapici.*”

STEFANO

Il Papà di Davide, 8 anni, Linfoma di Hodgkin

Volontari

236

Volontari attivi
su tutto il territorio

18/20

Regioni



23%



77%

46

età media

200

Ore di formazione
nuovi volontari e di
monitoraggio delle
attività tramite le
riunioni regionali

.....

6600

Ore di attività dedicate
ai bambini, alle loro famiglie
e al fundraising

I VOLONTARI

I volontari condividono i valori dell'Associazione e operano responsabilmente per portare una ventata di positività nelle case dei bambini. Dedicano il loro tempo e le loro energie in modo spontaneo e non retribuito (ricevono solo un rimborso delle spese sostenute) e sono coinvolti nelle diverse attività dell'Associazione: sia quelle a diretto contatto con i bambini e le famiglie, sia quelle che contribuiscono al sostegno e allo sviluppo.

Nella loro attività principale, i volontari incontrano i bambini e restano in contatto con le famiglie durante tutto il delicato e meticoloso percorso che porta alla realizzazione dei desideri, un impegno che negli anni è sempre crescente.

I volontari operano in affiancamento agli uffici di Genova e Milano. Fanno riferimento al responsabile nazionale dei volontari in alcune regioni sono stati identificati anche coordinatori regionali (Lazio, Toscana, Emilia Romagna, Campania).

La presenza capillare dei 236 volontari (+6% rispetto all'anno precedente) nel nostro Paese in 18 regioni su 20 permette all'Associazione di rispondere in modo efficiente alle necessità provenienti da ogni regione. Il profilo medio del volontario è costituito da persone in media di 46 anni, provenienti dal centro/nord Italia (89%), di sesso femminile (77%).

Per comprendere meglio qual è l'impegno dei volontari in Make-A-Wish, abbiamo calcolato il monte ore suddiviso per attività. Nel 2023 oltre 6600 ore donate, in crescita rispetto all'anno precedente, suddivise tra: attività che riguardano i bambini (82%) - formazione e aggiornamento (5,7%) - iniziative ed eventi di fundraising (5,2%) - preparazione bomboniere solidali (4,2%) - supporto attività in ufficio e in magazzino nel periodo natalizio (2,9%)

La complessità delle tematiche legate alla delicata situazione dei nostri bambini e alla realizzazione del loro desiderio richiede continue e costanti attività di formazione, tema che ci sta particolarmente a cuore. Nel corso dell'anno sono state organizzate quattro sessioni di training suddivise in due moduli e tenute da remoto per con-

“

*Quello che mi danno
le famiglie è molto più
di quello che io faccio
per loro”*

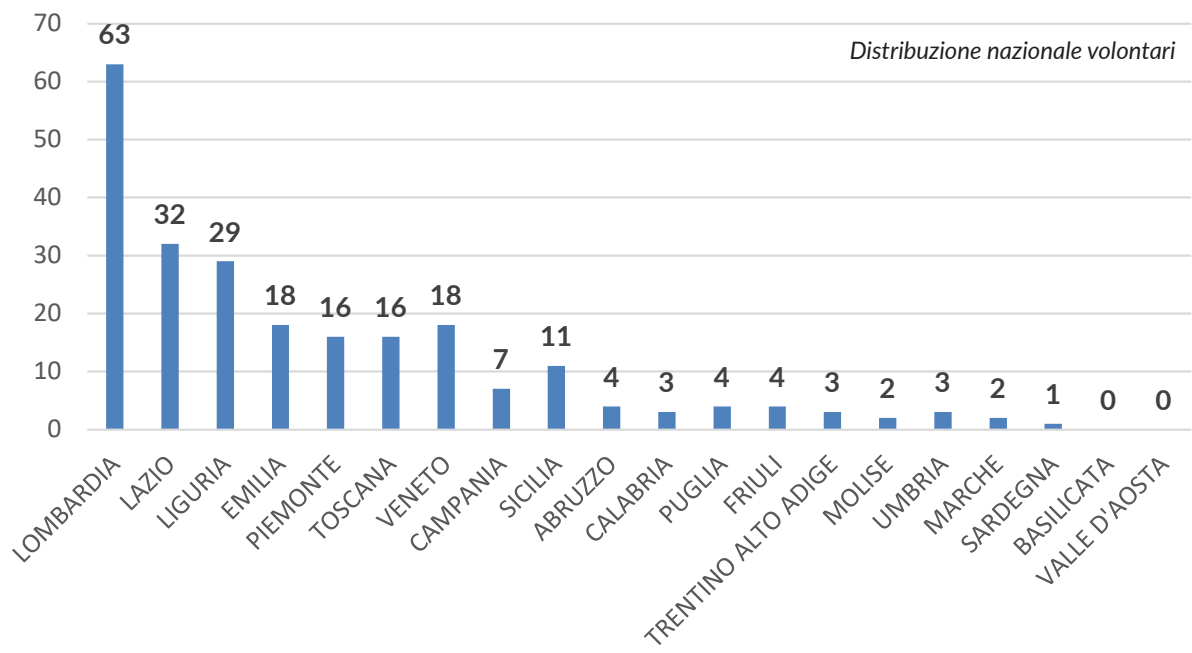
Massimo - Volontario dal 2017



sentire a tutti la partecipazione. Grazie ai training, 42 nuovi volontari hanno potuto unirsi alla nostra squadra. Parte integrante del percorso formativo sono le riunioni regionali (37 in totale nel periodo preso in considerazione, in crescita rispetto allo scorso anno) e le riunioni nazionali su temi specifici (3 nel 2023).

Nel 2023 sono degne di nota due iniziative particolari. La prima, nel Lazio, dove è stato organizzato un gruppo di volontari dedicato all’organizzazione degli eventi territoriali, con l’obiettivo di divulgare la conoscenza dell’Associazione e raccogliere fondi. La seconda è la partecipazione attiva al progetto promosso da Make-A-Wish international legato alla misurazione dell’impatto della missione nella vita delle “wish family”. Coadiuvando l’attività interna dello Staff, un selezionato team di volontari inter-regionale ha contattato oltre 600 famiglie per la compilazione di un Survey anonimo, portando avanti in autonomia un lavoro attento e meticoloso, per il quale ha ricevuto gli elogi anche da parte di Make-A-Wish International.

Per poter collaborare in totale sicurezza, i volontari in Make-A-Wish sono coperti da polizza assicurativa, con una primaria compagnia di assicurazione, che li tutela sul lato Responsabilità Civile e sul piano personale.



Volontari durante l’allestimento del desiderio di Flavio



“Vorrei avere una playstation”
Flavio, 11 anni, Osteosarcoma

“

Ogni volta che devo incontrare un bambino non so mai chi mi troverò davanti, se un bambino timido o che ti farà sbellicare dalle risate. Alla fine però sono tutti uguali: con gli stessi occhi di chi ha dovuto rinunciare a molto. Con il volontariato puoi rendere felice chi non lo era da tempo ed è una sensazione che ti fa stare bene e ti rende orgoglioso di te stesso».



ANTONELLO
Volontario



I DESIDERI

Il contesto in cui operiamo

In Italia, ogni anno, molti bambini e ragazzi affrontano gravi patologie che minacciano la loro serenità e spensieratezza. Le loro famiglie si trovano costrette a sacrificare la propria vita per dedicarsi alle cure e all'assistenza.

Questi giovani pazienti affrontano terapie invasive e lunghe degenze ospedaliere, sopportando non solo dolore, paura e stanchezza, ma anche l'isolamento e la perdita della vita sociale.

In questo momento difficile, Make-A-Wish interviene offrendo loro la possibilità di realizzare il desiderio più profondo, regalando loro un'esperienza positiva che cambia la loro vita. La nostra missione va oltre il semplice dono di un momento di gioia.

Infatti, attraverso Make-A-Wish, i bambini malati intraprendono un percorso terapeutico basato sulla psicologia positiva, che si integra con le terapie mediche.

Questa esperienza non solo aiuta i bambini, ma anche le loro famiglie, a trasformare il dolore in gioia, la paura in coraggio e la tristezza in speranza. La possibilità di vivere emozioni intense e di prendere decisioni autonome contribuisce a rafforzare la fiducia in sé stessi, aumentando l'adesione alle terapie e, di conseguenza, le probabilità di guarigione.

Desideri

+2800

Desideri realizzati dal 2004



1/36

*in media un desiderio
realizzato ogni 36 ore*

228

*Desideri realizzati
nell'ultimo anno*



22%
to have



16%
to meet



60%
to go



2%
to be

26

*Ospedali
da cui riceviamo segnalazioni*

12

case famiglia

55%

*Bambini coinvolti
in attività di Wish journey*

Le tipologie di desideri

I desideri di Make-A-Wish sono raggruppabili in quattro categorie:



TO HAVE: i bambini e ragazzi che desiderano avere un oggetto come ad esempio un gioco, un computer, uno strumento musicale, ma c'è anche chi sogna di ricevere un cucciolo di cane o gatto, sono arrivate molte richieste per questa tipologia di wish durante (e anche subito dopo) il periodo della pandemia.

22%



TO BE: i bambini che sognano di trasformarsi nel loro personaggio preferito o sentirsi per un giorno un pompiere, una modella, un attore, un mago, una ballerina. Tutti sappiamo che può essere infinito lo spazio della fantasia di un bambino.

2%



TO MEET: i bambini e ragazzi che desiderano incontrare il loro idolo, una celebrità nel mondo dello sport, dello spettacolo, della musica etc.

16%



TO GO: il viaggio, si sa, è sinonimo di evasione, concetto importante per chi è costretto a lunghe e faticose permanenze in ospedale o in isolamento. Sono moltissimi i bambini e i ragazzi che sognano di visitare posti lontani e di fare una vacanza con la propria famiglia o gli amici del cuore. Come tutte le esperienze con Make-A-Wish anche il viaggio offre loro la possibilità di trascorrere insieme momenti spensierati, di profonda gioia lasciando alle spalle i brutti ricordi della malattia. Rientrano in questa categoria anche i desideri per Disneyland, Legoland e le crociere.

60%



“Vorrei conoscere la Sabry e Pika Palindromo”

Elisa, 18 anni, Leucemia Linfoblastica Acuta



PROVENIENZA SEGNALAZIONI

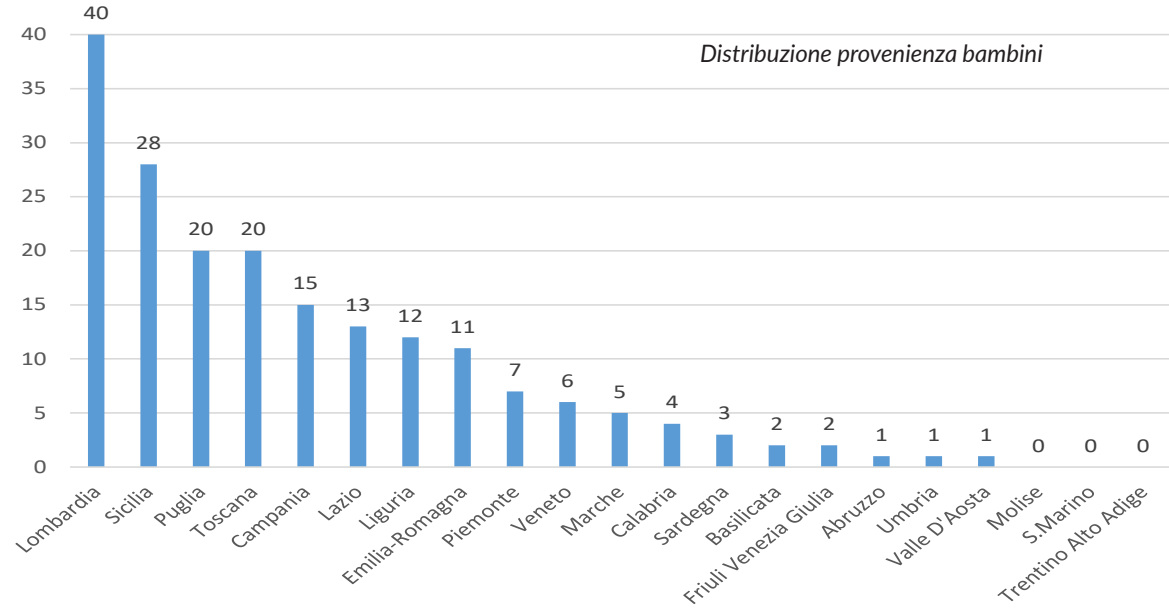
Make-A-Wish Italia è un punto di riferimento per gli **ospedali pediatrici** di tutto il territorio nazionale. Circa l'80% dei bambini che nel 2021/22 ha realizzato il suo desiderio, ha conosciuto Make-A-Wish negli ambienti ospedalieri o tramite le **Case Famiglia** ad essi collegate. Fatta eccezione per i bambini di origine straniera (in media il 25%) che vengono ospitati dalle case famiglia, la residenza dei bambini Make-A-Wish è distribuita su tutto il territorio nazionale, registrando tuttavia una maggiore incidenza su alcune specifiche regioni, trend e distribuzione che si conferma rispetto all'anno precedente: Lombardia (21%), Sicilia (15%) Puglia (10%), Toscana (10%).



26
Ospedali

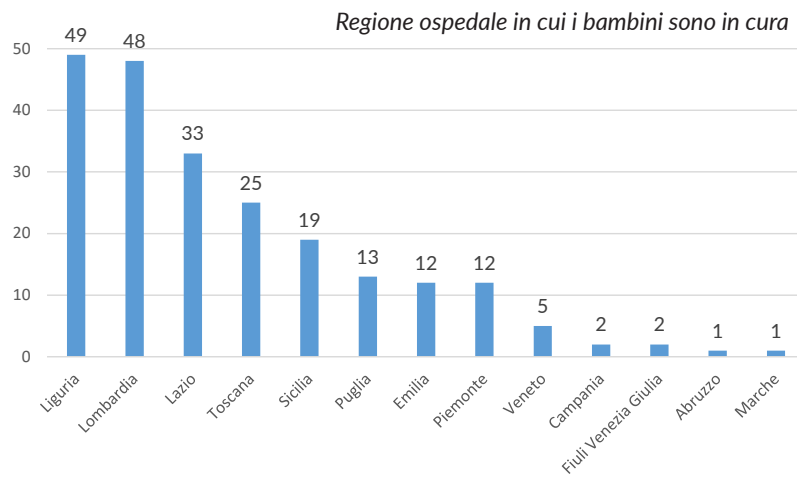
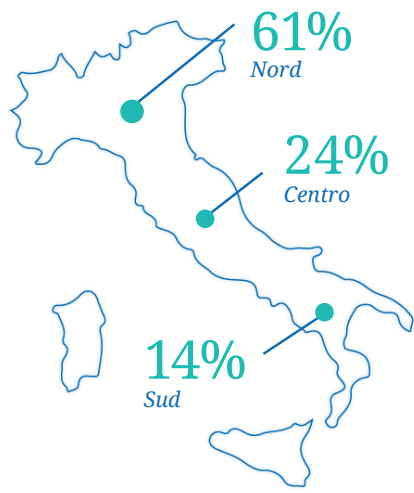


12
Case famiglia



L'analisi della provenienza delle segnalazioni evidenzia un'incidenza maggiore da parte delle regioni del nord italia dovuta prevalentemente dalla distribuzione territoriale degli ospedali pediatrici d'eccellenza. Moltissimi dei bambini residenti al Sud Italia, infatti, sono in cura presso ospedali al di fuori del proprio territorio regionale, spesso al Nord.

Dal punto di vista della distribuzione regionale si distinguono la Liguria (22%) per la presenza dell'Istituto Giannina Ga-



slini di Genova) e la Lombardia (21%) per la concentrazione di un maggior numero di ospedali, subito seguito dal Lazio (14%) e dalla Toscana (11%), Sicilia (8%).

Il 10% dei nostri bambini viene invece segnalato direttamente dal proprio pediatra o medico privato che, sempre più, segnalano Make-A-Wish nell'ambito del percorso terapeutico.

Dettaglio Ospedali da cui riceviamo segnalazioni

Ist. Giannina Gaslini (Genova)	23%	Ist. Tumori Milano	4%
Bambin Gesù	11%	Osp. Regina Margherita (Torino)	4%
Policlinico Catania	6%	Sant Orsola (Bologna)	4%
Meyer Firenze	5%		



228

*Desideri
realizzati*

+10%

*desideri
realizzati*



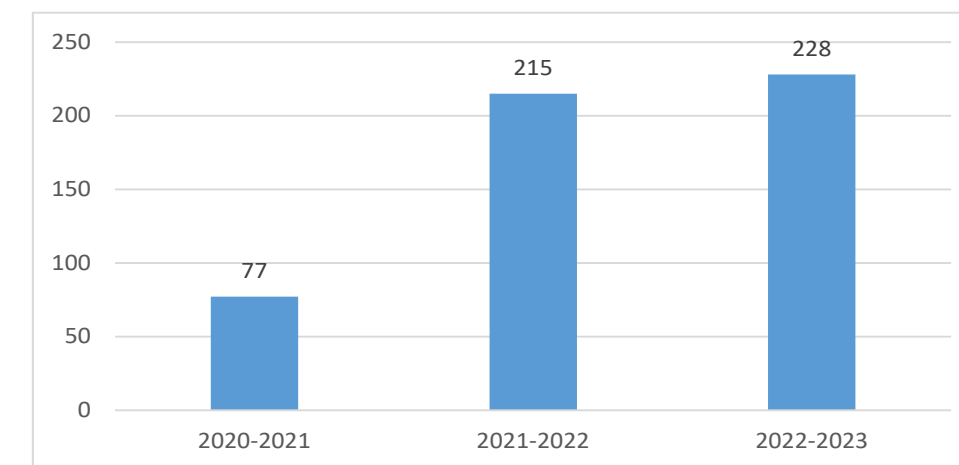
“Vorrei essere un telecronista”

Antonio, 13 anni, Sindrome di Jeune

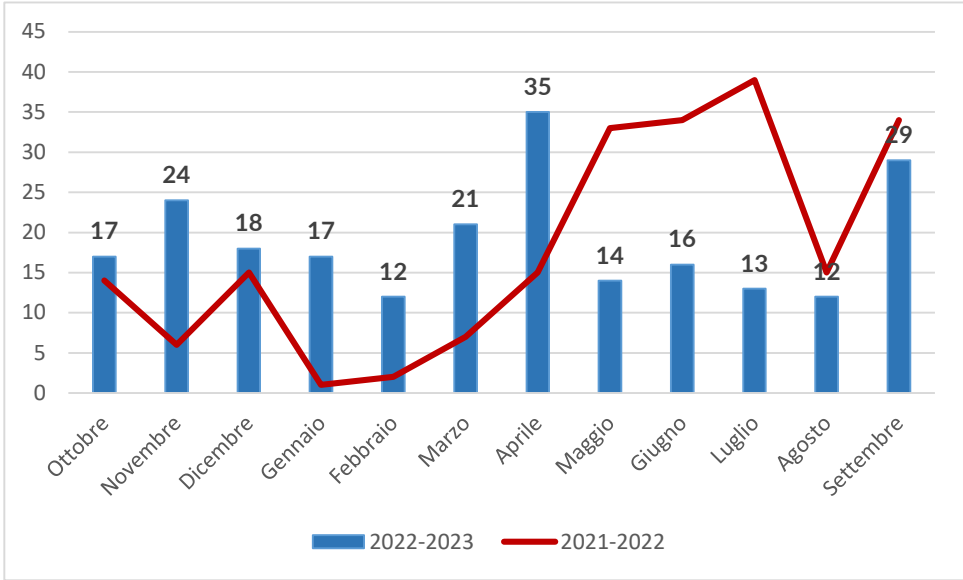


L'ATTIVITÀ

Il 2023 possiamo sintetizzarlo come un anno di sostanziale assestamento per l'attività di Make-A-Wish Italia. Il grafico evidenzia una crescita del 10% di desideri realizzati (228 in totale), ed è un dato significativo perché va analizzato in uno scenario che è molto cambiato rispetto a quello degli ultimi tre anni.

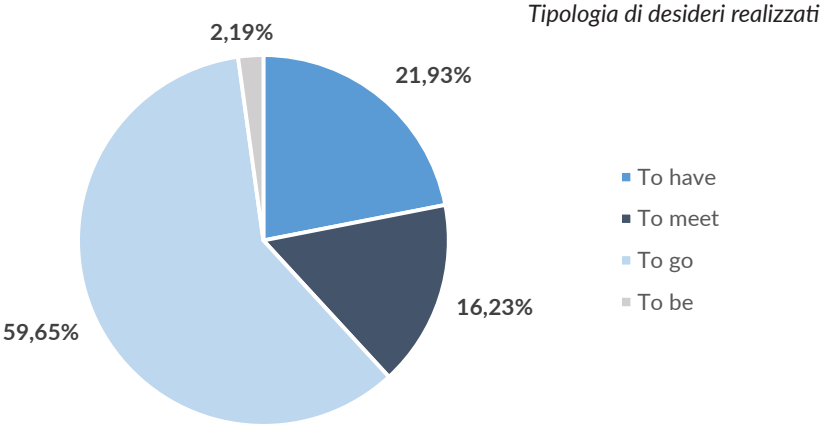


Il cambiamento riguarda soprattutto la ripresa dei desideri riguardanti un viaggio che, come sappiamo, era stata la più penalizzata nei tre anni precedenti. I viaggi a Disneyland Paris ad esempio, che nel 2022 erano stati contingentati per consentire a tutte le affiliate Make-A-Wish nel mondo di mandare i loro bambini, sono tornati a poter essere effettuati con cadenza mensile, ma sull'aumento dei viaggi ha influito ancora di più la ripartenza dei desideri riguardanti una vacanza in crociera e quelli dei viaggi per incontrare il proprio idolo, anche nel caso di celebrità internazionali. E così, i “wish-to-go” sono aumentati del 35%, con un conseguente aggravio di impegno, sia dal punto di vista dell'organizzazione, sia dal punto di vista dei costi.



Al contrario sono diminuiti i “wish-to-have” (-42%), ma in questo caso è utile fare un riferimento al progetto Polvere di Stelle, che nell’anno precedente aveva inciso su questa tipologia. Ricordiamo che il progetto era nato specificatamente per i bambini malati in fuga dalla guerra in Ucraina, con l’intento di restituire un oggetto a loro caro che avevano dovuto abbandonare. Il progetto è ancora attivo, ma il flusso di arrivi dei bambini dall’Ucraina è diminuito e conseguentemente anche il numero di desideri realizzati: 26, quasi la metà rispetto al 2022.

“Grazie a Make-A-Wish per avermi fatto sentire non come una malata, ma come Chiara, con pregi e difetti. Per avermi insegnato che sono più della mia patologia. Perché le esperienze che regalate a noi sono indimenticabili e preziose. Grazie per avermi dato la possibilità di essere semplicemente me stessa.”
CHIARA, 17 ANNI, CAVERNOMA “VORREI NUOTARE CON I DELFINI”



COSTO MEDIO

\$
3.900€
Costo medio
(+34%)

Il costo medio, calcolato sulla base del numero totale di desideri realizzati nell’anno fiscale precedente e i relativi costi sostenuti, nel corso dell’ultimo anno ha continuato a crescere (+34%).
L’incremento è dovuto principalmente al numero dei desideri realizzati a tema viaggio, ma soprattutto al significativo aumento dei costi vivi legati alle materie prime, ai servizi e, più in generale, all’inflazione causata dalla situazione post-pandemica e dalla crisi globale scatenata dalla guerra in Ucraina.

WISH ASSIST

☆
11
Wish Assist

Il 2023 ha visto anche una ripresa dei “desideri italiani” di bambini inviati nel nostro Paese dalle diverse affiliate nel mondo, in particolare dall’Europa e dal Canada, non ancora dagli Stati Uniti, dove continuano ad essere in atto restrizioni per i viaggi. Sono 11 in totale i desideri realizzati per questi bambini.

LE WISH ACADEMY

Le Accademie Make-A-Wish, nate nel 2020 durante il lock down e sviluppate negli anni successivi per dare una risposta sempre più concreta al Wish Journey, sono oramai diventate parte integrante dell'attività e rafforzano il raggiungimento dell'obiettivo di missione: seguire il bambino nel suo percorso di malattia con stimoli positivi fino ad accompagnarlo alla realizzazione del suo desiderio.

Le Wish Academy sono sei, ognuna incentrata su una diversa tipologia di desiderio. Per le bambine che desiderano incontrare le principesse c'è l'Accademia delle Principesse, per i bambini che aspettano il loro Supereroe, c'è l'Accademia dei Super Kids. Oltre a queste dedicate ai più piccini, ci sono Il Club dei Viaggiatori per chi sogna un viaggio, MAW League per i desideri che riguardano il calcio, l'Accademia di Silente per gli appassionati di HarryPotter ed infine il Fan Club per chi attende di incontrare il proprio idolo.

Nel 2023 sono 49 i bambini entrati in Accademia. Un numero che risulta inferiore, ma che non può essere confrontato con quello dell'anno precedente, che risentiva ancora degli effetti post pandemia, quando molti desideri erano bloccati e di conseguenza le attese particolarmente lunghe.



6

Accademie



49

Bambini coinvolti
nel 2023



Nel 2023 fortunatamente si è tornati a pieno regime, con tempi di attesa più brevi che talvolta non giustificavano l'ingresso in Accademia.

Ciononostante, l'attività delle Accademia è diventata sempre più sostanziale per coinvolgere i bambini durante tutto il percorso fino al coronamento del loro sogno e le dinamiche all'interno delle stesse sono in continua evoluzione "al servizio" dei nostri bambini.

“E' capitato che durante i ricoveri o le visite i bambini fossero così entusiasti da voler condividere la loro esperienza con medici, infermieri e le persone all'interno dell'ospedale. Così come spesso accade che i bambini non vogliano più uscire dall'Accademia.”

Elisabetta, volontaria

Il 2023 è stato un anno di migliorie e perfezionamenti, ad esempio si è pensato di rendere ancora più inclusive le prove di ingresso, con la traduzione nelle diverse lingue a seconda dei Paesi d'origine, e di introdurre prove specifiche personalizzate sulle differenti difficoltà motorie dei ragazzi. Inoltre, si è deciso di coinvolgere i volontari, tramite presentazioni scritte e tutorial formativi, dando loro la possibilità di contribuire con nuove idee, ma soprattutto di conoscere a fondo il progetto per poterlo a loro volta spiegare ai bambini e alle famiglie in sede di intervista. I disegni, i video e tutti i materiali prodotti dai ragazzi in Accademia sono stati sempre condivisi anche con i Wish Team, che li hanno così potuti seguire nel loro percorso.



Video Tutorial Accademie





“ È incredibile la trasformazione. Quando siamo andate a prenderla, Carola non parlava e non camminava. Poi, durante il wish, abbiamo visto la sua rinascita, la gioia di sentirsi come i suoi amici...

Monica, volontaria Make-A-Wish

LA RACCOLTA FONDI

L'attività di Make-A-Wish Italia si sostiene grazie alle donazioni di individui, imprese, fondazioni private, e tramite eventi, campagne, iniziative solidali, con il I 5x1000 e lo shop solidale sul nostro sito. Make-A-Wish Italia non riceve alcuna sovvenzione dallo Stato italiano.

Rispetto allo scenario 2022, in cui la raccolta fondi di Make-A-Wish Italia aveva addirittura superato quella del 2018/19 nonostante la contrazione degli anni precedenti legati alla pandemia, il 2023 conferma il trend positivo di crescita con un generale aumento del 25%.

Una crescita dovuta al potenziamento delle attività di comunicazione (online e offline), di nuovi strumenti e iniziative che hanno permesso di rispondere alle nuove esigenze ad esempio delle Aziende, e allo shop solidale on line con l'introduzione di nuove funzionalità e prodotti.

Il significativo aumento dei proventi da attività diverse (di natura commerciale) è dovuto, in ottemperanza alle linee guida del terzo settore, all'avvio di nuove attività promo-pubblicitarie e di sponsorizzazione, nonché al potenziamento delle attività di Wish Challenge.

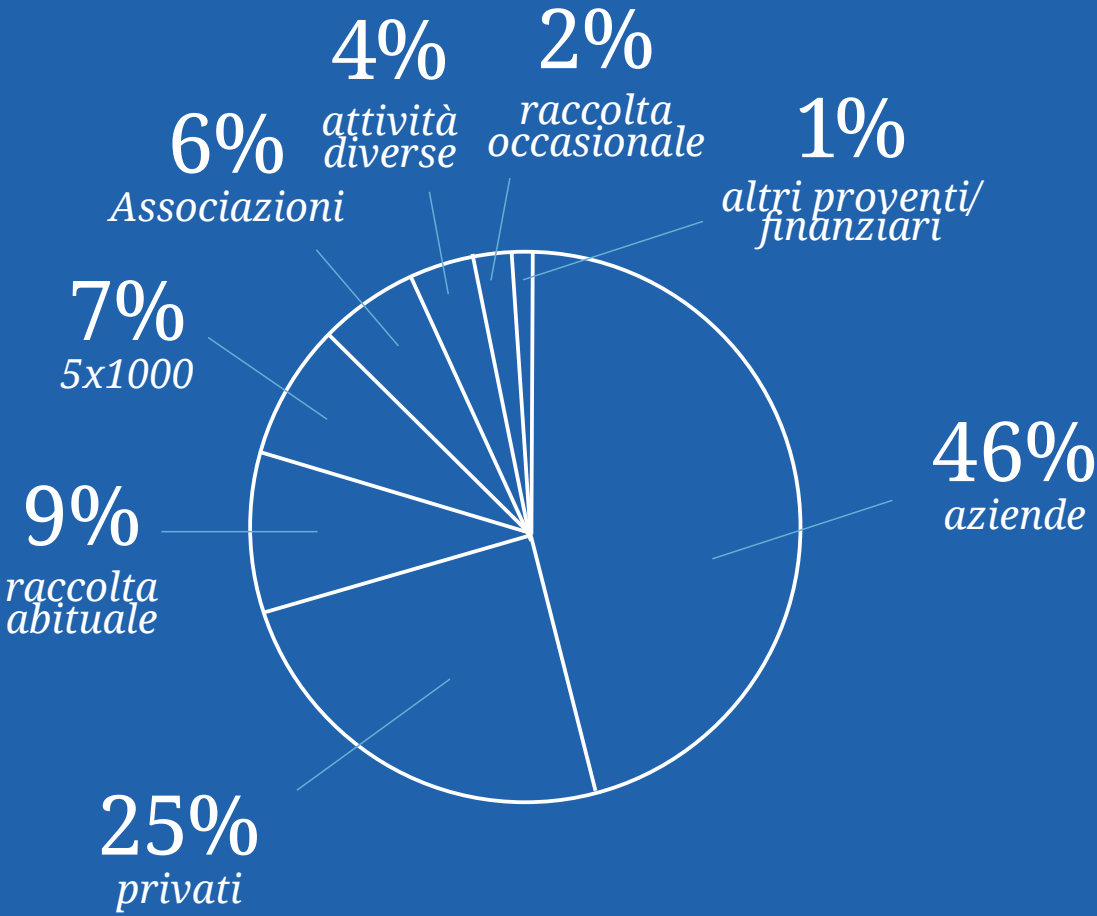
La flessione sulle attività di raccolta fondi occasionale è dovuto alla scelta di non ripetere la campagna SMS solidale. I proventi finanziari riguardano l'adeguamento dei titoli in portafoglio rispetto al 30 settembre dell'anno precedente relativi ad una ripresa dei mercati a seguito dei crolli pre-pandemia/crisi Ucraina-Russia.

	2023	2022	
	1 ott 22 - 30 sett 23	1 ott 21 - 30 sett 22	
TOTALE RACCOLTA FONDI	€ 1.337.288	€ 1.071.104	25%
A - ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE	€ 1.135.152	€ 950.131	19%
- PRIVATI	€ 338.338	€ 209.270	62%
- AZIENDE	€ 615.686	€ 598.568	3%
- ALTRI ENTI / ASSOCIAZIONI	€ 80.035	€ 45.377	76%
- CINQUE PER MILLE	€ 95.522	€ 95.880,93	0%
- ALTRI PROVENTI	€ 5.571	€ 1.034,92	>100%
B - PROVENTI DA ATTIVITA' DIVERSE	€ 48.596	€ 5.672	>100%
C - PROVENTI DA ATTIVITA' DI RACCOLATA FONDI	€ 144.586	€ 115.280	25%
- ABITUALE (VENDITA ONLINE)	€ 114.451	€ 75.188,45	52%
- OCCASIONALE	€ 30.135	€ 40.091,80	-25%
D - PROVENTI FINANZIARI	€ 8.661	€ 20,86	>100%

La raccolta fondi

1.337.288€

Raccolta fondi (+25%)



DONATORI PRIVATI



€338.338
(+62%)



885
donatori

Il supporto dei donatori individuali è fondamentale per garantire la sostenibilità dell'Associazione e per la realizzazione dei suoi progetti: rappresenta il 25% sul totale della raccolta. Make-A-Wish Italia ha con i suoi donatori un dialogo diretto e personale tramite una figura di riferimento che facilita la costruzione di un rapporto di fiducia e duraturo nel tempo.

Nel corso dell'anno fiscale è proseguito il processo di mappatura dei donatori con lo scopo di pianificare con maggiore precisione le strategie di sensibilizzazione e di fidelizzazione.

Gli donatori privati sono un totale di 885 suddivisi in diverse fasce secondo la frequenza e l'importo del loro contributo. Le donazioni frequenti e quelle legate alla grandi donazioni rappresentano un segno tangibile della crescente fiducia nella missione tanto che iniziano a contare una percentuale di incidenza non più trascurabile: ricorrenti (donazione mensile) 5%, abituali 12% (con in media 2 donazioni annue), Big Donors 7%.

Nonostante il numero dei donatori privati sia ancora contenuto, il valore delle loro donazioni è aumentato del 62% e rappresenta una percentuale in crescita rispetto all'andamento della raccolta fondi in generale.

La formula dell'adozione del desiderio, che da sempre suscita grande interesse per la sua concretezza, immediatezza e vicinanza ai bambini, si dimostra in crescita (+6%) rispetto all'ultimo anno rappresentando il 49% delle donazioni.

Gli strumenti che hanno contribuito a questa crescita sono sicuramente da rintracciare in una gestione attenta del processo di Donor Journey; attraverso il contatto personale e diretto, i donatori vengono costantemente tenuti aggiornati sullo stato della loro adozione con testimonianze e immagini, garantendo così concretezza e trasparenza. Inoltre, l'incremento delle attività di comunicazione sia istituzionali sia legate alle principali campagne di raccolta fondi annue (5x1000, Pasqua e Natale solidale) hanno permesso di aumentare l'interesse nei confronti della Missione, portando nuovi e preziosi contatti.

Nel corso del 2022-23 si sono avviate attività di potenziamento sul territorio attraverso i contatti diretti con le amministrazioni locali e con l'ausilio dei volontari presenti nelle singole regioni.



“Vorrei dare un aiuto concreto ai bambini dell’Ucraina”
Mirko, 9 anni, Leucemia Tipo B



AZIENDE


€ 715.060
 (+16%)

Le Aziende rimangono importanti interlocutori per Make-A-Wish Italia poichè il loro contributo garantisce stabilità non solo nel breve ma anche nel lungo periodo.

In uno scenario sempre di crescente attenzione alla responsabilità sociale d'impresa (CSR), Make-A-Wish Italia, con la sua Missione concreta e distintiva, ha continuato ad affrontare le richieste sempre più articolate creando progetti **tailor made**, in un rapporto di dialogo e vicinanza.



Partner Istituzionali che donano annualmente un contributo economico.



Partner che scelgono di supportare la nostra Mission **adottando specifici desideri**, promuovendo operazioni di CRM (Customer Relationship Management) o coinvolgendo i propri dipendenti



Partner in-kind che offrono gratuitamente i loro prodotti e servizi, aiutandoci così di contenere i costi della nostra operatività, sia per la parte realizzazione desideri sia per la comunicazione, il marketing e la raccolta fondi



Partner globali, gestiti per tutte le Affiliate dalla Fondazione Internazionale.

Nel 2023 i proventi da parte delle Aziende hanno confermato la tendenza positiva di crescita (+16%).

Sono stati ulteriormente rafforzati alcuni contatti storici e confermate iniziative che ormai si ripetono da diversi anni (dall'adozione di un desiderio alle attività di co-branding, dalle donazioni liberali alle iniziative di team building). Con il potenziamento delle attività di comunicazione online, specialmente LinkedIn e Google, e l'apertura dei nuovi canali di raccolta fondi legati alle campagne natalizie e pasquali, l'Associazione ha potuto contare su nuovi e importanti sostenitori.

La risposta delle Aziende alle nuove proposte è stata assolutamente positiva. La progettualità e l'aver messo in primo piano le loro specifiche necessità, ha permesso di trovare una modalità condivisa di successo che ha tuttavia convogliato parte delle donazioni verso queste nuove opportunità a sfavore delle donazioni liberali.



Per citare alcuni esempi: Azienda nel settore assicurativo che ha coinvolto i propri dipendenti donando loro un voucher da utilizzare sullo shop Make-A-Wish, Azienda del settore farmaceutico che ha offerto le uova solidali ai propri clienti nell'ambito di operazione consumer, importante realtà del settore bancario che, in occasione del Natale, ha promosso un'azione di raccolta fondi ai suoi correntisti impegnandosi poi a raddoppiare l'importo.

Si confermano di grande interesse tutti i progetti atti a coinvolgere i dipendenti, sia per quanto riguarda le attività di fundraising tramite le intranet aziendali o i canali social, sia per quanto riguarda la partecipazione ad attività di volontariato che accrescano il senso di appartenenza alla Mission: Payroll Giving, Team building solidale (Wish Challenge), eventi sportivi... tutti organizzati per venire incontro alle specifiche esigenze dell'Azienda. Molti dipendenti, inoltre, coadiuvando l'attività sul territorio dei volontari, sono diventati una preziosa risorsa in occasione di particolari eventi a favore di Make-A-Wish.



Si ritiene opportuno specificare che le varie e articolate iniziative di raccolta fondi da parte delle Aziende sono descritte in sezioni differenti del bilancio: Sezione A, attività d'interesse generale alla voce "Aziende" (adozione dei desideri, donazioni liberali, donazioni da operazioni internazionali), Sezione B alla voce "ricavi per prestazioni e cessione a terzi" (sponsorizzazioni, promo-pubblicitari, wish challenge), Sezione C alla voce "Proventi da raccolta fondi abituali" (shop solidale) e "Proventi da raccolta fondi occasionale" (campagne ed eventi organizzati dall'Associazione stessa).



WISH CHALLENGE



€ 11.966



Il volontariato aziendale si fa strada anche in Italia.

Come spesso accade, si tratta di un fenomeno d'importazione statunitense che si inserisce in un più ampio contesto di iniziative volte al benessere e welfare dei dipendenti. La partecipazione attiva dei lavoratori è una delle priorità delle aziende più evolute, e coinvolgere il team in attività di volontariato e team building è una delle idee più apprezzate. Non solo perché contribuisce a fare del bene, ma anche perché restituisce un'immagine positiva dell'impresa e di chi vi lavora. Molte aziende seguendo questa tendenza si rivolgono alla nostra Missione.

In risposta a questa richiesta del mercato e a seguito delle diverse esperienze nell'anno precedente, Make-A-Wish Italia ha lavorato fianco a fianco con le Aziende affinando la sua proposta di team building solidale, mettendo in primo piano le esigenze di queste ultime e dei suoi dipendenti e impegnandosi ad offrire un format sempre più personalizzabile, flessibile e coinvolgente.

Nel corso del 2023 è infatti nata una seconda declinazione di Wish Challenge, quella dedicata a chi, per esigenze professionali, non può interrompere l'operatività per un'intera giornata. Si tratta di una forma di team building solidale creativo di solo 4 ore, che si sviluppa intorno alla decorazione della wish box, il prezioso strumento che Make-A-Wish e i suoi volontari utilizzano per scoprire il desiderio dei suoi bambini. Ogni wish box è infatti una scatola bianca tutta da personalizzare con adesivi, ritagli e disegni a tema del loro desiderio.

Il Wish Challenge, seppur attività di natura commerciale, si conferma essere un valido strumento in termini di raccolta fondi e un potente mezzo di sensibilizzazione sul valore della Missione.

A supporto dell'attività, visto l'entusiasmo dei dipendenti che l'hanno vissuta e il potenziale strategico, sono state promosse specifiche campagne LinkedIn e Goo-



4

Wish Challenge

gle che hanno portato ad un forte incremento nel numero di richieste da parte delle Aziende, sempre più alla ricerca di iniziative che si differenziano e che abbiano profondo valore etico.



€ 65.349

PARTNER INTERNAZIONALI

Make-A-Wish International oltre a supportare le affiliate nella loro strategia di crescita, ricopre un ruolo attivo nella ricerca di nuovi partner con i quali instaurare rapporti duraturi e strutturare attività di comunicazione nei diversi paesi in cui Make-A-Wish e l'Azienda sono presenti.

Make-A-Wish International collabora inoltre con le singole affiliate per consolidare i rapporti esistenti nel tentativo poi di trasformarli in partnership di più ampio respiro: essere parte un marchio internazionale rende infatti Make-A-Wish interessante alle grandi realtà, genera un sentimento di fiducia e garantisce stabilità nel tempo.

Nel 2023 sono state diverse le iniziative di successo portate avanti, tra cui citiamo:

Porsche Dreamer Stories: operazione globale della durata di 3 anni promossa da Porsche AG che vede il sostegno delle affiliate Make-A-Wish attraverso l'adozione di desideri e attività comunicazione. In Italia, solo nel primo anno, sono stati adottati 5

desideri.

The Walt Disney Company ha rinnovato il suo sostegno, non solo nell'ambito della realizzazione dei desideri, ma anche con una grande campagna internazionale, lanciata in occasione del Natale.

La campagna, declinata in termini di comunicazione nei singoli Paesi, ha visto anche in l'Italia una speciale attivazione: l'organizzazione, dal 7 dicembre all'8 Gennaio, a Milano, di un evento di raccolta fondi e awareness dal nome "Christmas Village" presso CityLife Shopping District in cui bambini e adulti hanno potuto vivere momenti di gioia e condivisione in compagnia delle storie Disney, Pixar, Marvel e Star Wars e i loro personaggi più amati.



Chiesi: la nota società farmaceutica italiana ha lanciato in occasione della giornata mondiale delle malattie rare, 28 febbraio, una campagna social dal nome "Play the rare game" a sostegno di Make-A-Wish. In Italia, ha avuto luogo l'evento di lancio nell'ambito della partita di Rugby tra Zebra Parma Rugby Club e Glasgow Warriors, poi seguito da altre partite in Europa.

F1 grazie al supporto di Ferrari i nostri bambini con un tema legato all'automobilismo potranno avere un'esperienza speciale accedendo al paddock e assistere alle gare.

ALTRI ENTI

La collaborazione di Make-A-Wish Italia con altre realtà del terzo settore non riguarda soltanto l'aspetto legato all'assistenza dei bambini e delle famiglie (case famiglia ad esempio nell'ambito della segnalazione) ma ha un impatto anche sulla raccolta fondi. Ogni anno, infatti, Fondazioni e Associazioni si impegnano a organizzare eventi ed iniziative da dedicare ai nostri bambini.

5X1000



I dati disponibili (relativi al 2021) registrano un lieve decremento soprattutto per quanto riguarda il numero delle scelte. Il risultato è in linea con quello dell'anno precedente considerato anche il perdurare della crisi post-pandemica e delle emergenze umanitarie sopraggiunte (russia-ucraina) che spostano l'attenzione dei potenziali donatori verso di esse.

Anno campagna	2021	2020	%
Numero scelte	1.803	1.846	- 2,3%
Importo Raccolta	95.522€	95.881€	- 0,4%

Decisione dell'Associazione è stata quella di aumentare in maniera sostanziale l'investimento in termini di comunicazione e pubblicità con lo scopo di invertire il trend degli ultimi anni.

La campagna 2023 si è infatti strutturata ampliandosi ad altri canali di comunicazione oltre al direct mailing (sostenitori e wish families) e ai social media dell'Associazione. Sono state realizzate affissioni cittadine (Genova, Roma, Milano, Verona) nelle pensile degli autobus e in metro, si sono attivati i canali di promozione digitale su altre piattaforme (Citynews e Mentelocale) e si è proceduto alla promozione mezzo stampa in alcune e selezionate città.

I risultati di queste operazioni saranno disponibili nei prossimi mesi, ma si conferma l'intenzione di proseguire gli investimenti su questa forma di raccolta fondi, la seconda per importanza.



SHOP SOLIDALE

Le attività di raccolta fondi attraverso lo shop online (sez C “raccolta fondi abituale”), lanciate in occasione della campagna natalizia 2021, si confermano d’interesse e, nel corso dell’anno, hanno registrato un trend positivo di crescita tale da consentire investimenti sia in termini di risorse umane sia in termini progettuali: la ricerca e la personalizzazione di nuovi prodotti rispondenti alle richieste del target di riferimento, la necessità di un maggiore spazio magazzino che ha portato all’affitto di uno spazio dedicato e l’assunzione di una risorsa dedicata alla gestione della logistica.

Lo shop vede un’utenza costituita prevalentemente da privati, ma anche le aziende, soprattutto nell’ambito delle campagne Natalizie e Pasquali, guardano sempre con maggiore interesse questa forma di contributo.

Uno degli obiettivi principali di Make-A-Wish Italia nell’ambito della gestione dello shop solidale rimane la massima attenzione al contenimento dei costi, grazie a un continuo monitoraggio delle spese e al prezioso supporto dei volontari per il confezionamento dei prodotti.

Nel corso dell’anno, a potenziamento dell’attività, sono state attivate specifiche campagne promozionali online (social media e google grants) e offline i cui risultati rappresentano un’importante base di riflessione per il futuro.



Un ulteriore elemento di novità è stato l’apertura di una nuova sezione all’interno dello shop: “regala un desiderio”. Una forma di dono non legata all’oggettistica ma al valore più profondo della Missione. Il donatore, attraverso l’invio di una card digitale o pergamena cartacea personalizzata, può regalare una donazione ad una persona cara. Una nuova opportunità per i sostenitori nella direzione della concretezza, un nuovo strumento per l’Associazione che ha anche dimostrato di avere un buon potenziale nell’ambito della raccolta fondi (donazioni: 2.134€, n° donazioni: 78)

NATALE

Il Natale è il momento più importante per la raccolta fondi di Make-A-Wish Italia: le persone sono più sensibili e più propense a donare.

Adottare un desiderio si conferma una scelta diffusa per offrire un regalo unico e ricco di significato che riempie di gioia il cuore di chi lo dona e quello di un bambino gravemente malato. Le strategie attuate per la promozione dei prodotti solidali e iniziative sul territorio hanno reso anche questa area della raccolta fondi una tra i preponderanti in questo periodo dell’anno.

I doni solidali rappresentano una modalità efficace per avvicinare nuovi donatori alla Missione perchè carichi di significato anche se con una connotazione più commerciale.

La campagna Natalizia 2023 ha registrato un valore in crescita in termini di raccolta fondi del +168%.

Nonostante il contributo dei donatori privati sia considerevole in linea con quello dell’anno precedente, la grande crescita del numero di ordini è da impu-





tare alle operazioni Corporate, la principale di esse è legata al coinvolgimento di oltre 1500 dipendenti che con un voucher regalo hanno potuto scegliere uno dei doni solidali Make-A-Wish (759 ordini sul totale).

2022	961 n° Ordini online	53.779€ (+168%) raccolta fondi shop online
2021	226 n° Ordini online	19.993€ raccolta fondi shop online



Tra le iniziative dedicate al Natale rientra anche il progetto **Wish Stars**, nato per sensibilizzare ai valori della solidarietà e all'importanza della Missione, e rivolto alle scuole, alle aziende e ai negozi, anche se in questi ultimi non ha avuto i risultati sperati.

Per tali motivi ci si pone l'obiettivo di riprenderlo in analisi valutando le azioni future.

UOVA DI PASQUA

Sull'onda del grande successo delle uova di Pasqua 2022 lanciate lo scorso anno, si è deciso di proseguire con lo sviluppo della campagna potenziandola attraverso specifiche attività di comunicazione online e sul territorio attraverso i nostri volontari e ampliando il target alle scuole. E' stata inoltre realizzata una sorpresa brandizzata Make-A-Wish.

I risultati ottenuti (+166% raccolta fondi) sono andati decisamente oltre le aspettative inducendo a continuare su questa strada. Complice del traguardo raggiunto l'apertura del progetto alle Aziende che hanno reagito con interesse e che ha visto concretizzarsi l'importante ordine di 1.600 pezzi da parte di una nota casa farmaceutica, attivando un'operazione al consumatore.



56.221€
raccolta fondi
(+166%)

5508
Uova vendute



EVENTI ESTERNI



€ 49.259
(+82%)

Gli eventi organizzati da terzi, soprattutto quelli concentrati nel periodo primaverile e natalizio, si confermano essere momenti fondamentali per il fundraising ma anche preziosi strumenti per creare awareness. L'azione capillare dei volontari coinvolti e degli enti organizzatori contribuisce in modo significativo alla diffusione della Missione su tutto il territorio a livello nazionale.

- Moltissimi degli eventi organizzati nel 2023 sono da considerarsi ormai un appuntamento fisso e molto atteso. Tra questi: il tradizionale **Make-A-Wish Golf Trophy di Rapallo 15.463€**, giunto alla sua 18a edizione, Il torneo di beneficenza al circolo **Golf di Camuzzago 1.075€**, le vendite di beneficenza (bijoux e abbigliamento) promosse da realtà locali, eventi in memoria di alcuni bambini a cui Make-A-Wish ha realizzato il desiderio e molti altri.

Quest'anno si sono distinti per l'importante raccolta fondi e partecipazione tre eventi:

- Concerto cantanti Neomelodici (Napoli):** Serata di intrattenimento con intervento di cantanti della scena neomelodica (Franco Ricciardi, Tony Colombo, Ivan Granatino, Rosario Miraggio, Gianni Fiorellino) e di due comiche del programma Made in Sud). **6.000€**
- Evento Bi-auto (Torino):** cena di gala in occasione dei 100 anni di concessionaria Bi-Auto, un dealer specializzato su marchi premium e, nel 2018, inserito tra i 10 Top Dealers d'Italia. Biauto Group ha celebrato la propria storia, con una grande cena offerta a 500 ospiti, tra dipendenti, collaboratori e partner, la cena con menu stellato è stata accompagnata da una donazione a favore di Make-A-Wish. **10.000€**
- Make A Bijoux (Genova):** vendita di beneficenza di bijoux creati dalla volontaria ligure Angela Scapolan in 2 appuntamenti (dicembre e giugno). **5.700€**



EVENTI INTERNI

Tutte le iniziative di raccolta fondi (campagne ed eventi) organizzate direttamente dall'Associazione sono accolte nella sezione C del bilancio alla voce "Proventi da Raccolta fondi occasionale".

Seppur contenute a livello numerico, queste attività richiedono molte energie da parte dello Staff e un importante supporto da parte dei volontari che, nell'ambito degli eventi territoriali, con dedizione e responsabilità, offrono il loro aiuto permettendo di mantenere contenuti i costi.

Gli eventi organizzati nel 2023 (di cui sotto alcuni dettagli) hanno portato risultati positivi in termini di raccolta fondi, di responsabilizzazione dei volontari e di awareness. Il calo del 23% non dipende, infatti, dalla diminuzione eventi, ma dall'assenza della campagna SMS Solidale che, visto il risultato decisamente al di sotto delle aspettative dell'anno precedente, si è deciso di non ripetere.



€ 30.084
-23%

WISH MARKET

Dopo il successo 2022, il Wish Market si è ripetuto attivando una collaborazione con un noto negozio di abbigliamento genovese che ha messo a disposizione i capi della stagione precedente e gli spazi in cui realizzare un temporary shop. Organizzato da un team di volontari liguri ha portato ad un'importante raccolta fondi e ha offerto alla città un'occasione in più per avvicinare alla Mission.

RACCOLTA FONDI: € 8.000



DANCE FOLLIES

Giugno 2023 si è tenuto un evento di raccolta fondi organizzato da un gruppo di volontari di Milano "Dance Follies". Una serata di divertimento che visto la partecipazione e l'entusiasmo di molti portando ad un ottima raccolta fondi.

RACCOLTA FONDI: € 3.935





Milano
Marathon



WORD WISH DAY

Il 29 Aprile è il giorno in cui Make-A-Wish in tutto il mondo celebra l'anniversario della sua fondazione, il **World Wish Day**.

Nel 2023 l'evento italiano si è svolto a Genova, città natale di Make-A-Wish, e ha avuto un forte impatto sulla città. Oltre a tante realtà genovesi che hanno supportato l'evento e i volontari della regione, ha coinvolto tanti bambini in cura all'Ospedale Gaslini o residenti nelle case famiglia locali, che insieme alle loro famiglie e i nostri volontari, hanno assistito alla straordinaria illuminazione di blu fontana di Piazza De Ferrari, e sono stati coinvolti in attività ludiche all'aperto in un clima gioioso e di festeggiamenti.



Guarda
il video

CHARITY RELAY MARATHON

Ogni anno, dal 2018, l'evento si conferma un fondamentale momento di unione tra i volontari, un'occasione per le Aziende di coinvolgere i propri dipendenti in un'attività di team building solidale, un'opportunità per accrescere l'awareness dell'Associazione e di raccolta fondi.



14.012€
raccolta fondi
-33%



5.986€
costi

Nel 2023 si sono uniti all'iniziativa 141 runner suddivisi in 11 team aziendali e 24 team privati. La maratona rappresenta infatti una coinvolgente attività motivante e concreta. Nonostante il profuso impegno nella ricerca delle squadre anche attraverso una più strutturata attività di comunicazione e l'entusiasmo dimostrato da tutti i partecipanti, la raccolta fondi è risultata in calo rispetto all'anno precedente. Dato dovuto prevalentemente alla difficoltà di coinvolgere i runners in un'attività di crowdfunding sul portale di Rete del Dono. Si segnala inoltre che la raccolta fondi 2022 (17.993€) comprendeva le quote congelate del 2020, anno in cui l'evento era stato annullato per via della pandemia.

Obiettivo per l'anno futuro è sicuramente quello di potenziare l'attività di comunicazione legata alla raccolta fondi attraverso il coinvolgimento dei singoli runners, non solo nella corsa ma nella maratona solidale come fundraiser.





“

*Sono così felice
ed orgogliosa di aver
scelto e deciso di far
parte della squadra!
Ad ogni traguardo
ed iniziativa sono
sempre più felice.*



Svitlana
Runner e Volontaria

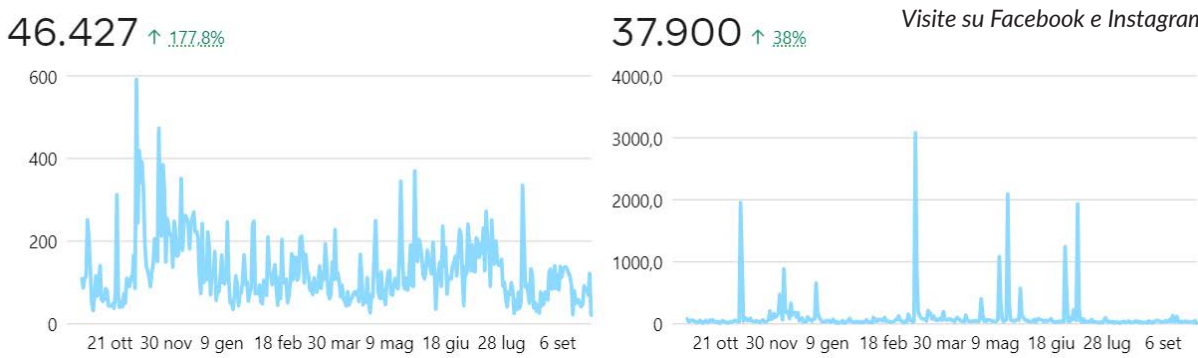
LA COMUNICAZIONE

DIGITAL

Ogni anno, Make-A-Wish Italia dedica sempre crescente attenzione alla comunicazione, uno degli strumenti principali per aumentare l'awareness dell'Associazione e ampliare il numero dei sostenitori. Guidata dai suoi valori, in particolare la trasparenza e la centralità del bambino, nel 2023, seppur con una grande attenzione alla gestione delle spese, sono cresciuti gli investimenti dedicati alla strategia digitale e sono iniziati quelli offline (stampa ad esempio). Nonostante i molti spazi pro-bono offerti, in uno scenario che sempre più diventa competitivo sul tema della raccolta fondi, l'Associazione ha ritenuto fondamentale potenziare il budget destinato a quest'area di attività.

All'interno del reparto Marketing, è stata inserita nello Staff una figura dedicata alla gestione dei social media e alla creazione di contenuti visivi d'impatto, prevalentemente video, che, nell'arco di un solo anno, uniti alle campagne a pagamento (legate ai principali momenti dell'anno: Natale, Pasqua, 5x1000) hanno portato ad un grande miglioramento qualitativo e quantitativo, aumentando del 160% la copertura organica dei contenuti e le visite sui canali social (177% su Facebook e 38% su Instagram).

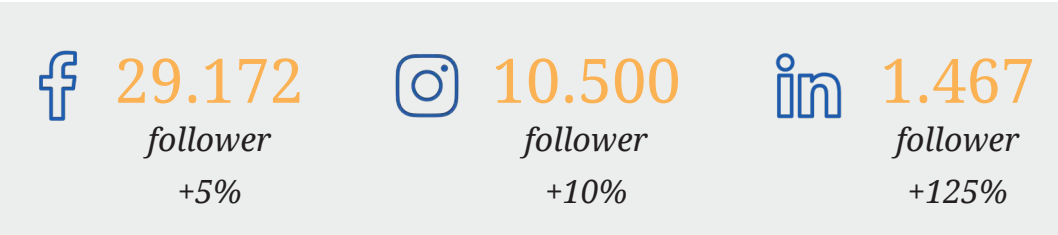
Per l'Associazione rimane fondamentale continuare a puntare sul racconto delle storie dei bambini attraverso il **potente storytelling** che la contraddistingue e che le permette di trasferire la concretezza della Missione.



Nel 2023, con il supporto dell' **agenzia specializzata in Digital Communication** che segue l'associazione da diversi anni, è inoltre proseguito il percorso di rafforzamento della presenza digital. Partendo dalle analisi sui risultati delle campagne precedenti, sono stati eseguiti A/B test per comprendere come migliorare le performance e sono stati studiati nuovi contenuti per la promozione delle principali attività di raccolta fondi e per sensibilizzare sull'attività istituzionale con lo scopo, nel breve-medio termine, di aumentare le conversioni. Anche i gruppi di annunci pubblicati attraverso strumenti di **Google AdGrants** (istituzionali, adozione desiderio, shop solidale e teambuilding) sono stati misurati e affinati, dimostrandosi fonte preziosa di diffusione



I dati relativi alla crescita dei follower sono positivi. Tra questi si distingue LinkedIn (+125%), canale per cui sono stati predisposti specifici investimenti relativamente alla gestione, parzialmente esternalizzata all'Agenzia, ma anche alla redazione e promozione di contenuti più efficaci per le attività Corporate. Le reazioni degli utenti ai contenuti proposti e il numero di richieste da parte delle Aziende (soprattutto rispetto nell'ambito del team building) dimostrano l'efficacia delle campagne e il crescente interesse nei confronti della Mission.





Altro elemento di novità riguarda l'introduzione di uno strumento all'interno digitale (implementato all'interno della piattaforma Iraser) per rendere misurabile l'impatto delle donazioni su reazione dei contenuti proposti sui social media e tramite newsletter (6000 contatti): Dona da DEM 3.010€ (47 donazioni) media 60€, Dona da Social 910€ (41 donazioni) media 22€

OFF-LINE

Le attività di comunicazione tuttavia non si sono limitate ai supporti digitali ma, grazie alla concessione pro-bono da parte di molte concessionarie ed emittenti televisive con speciali programmi per il no-profit, l'associazione ha potuto avere al suo servizio preziosi spazi stampa, radio e TV.

Come descritto nel capitolo "5x1000", inoltre, sono state realizzate affissioni cittadine lungo le strade, sui mezzi pubblici e nelle pensiline degli autobus; c'è stata una massiccia diffusione di materiale informativo anche attraverso il supporto dei volontari, oltre all'attività di direct mailing ai sostenitori.

Gli eventi stessi, inoltre, come Milano Marathon o la celebrazione del World Wish Day, rappresentano importanti occasioni per promuovere l'awareness dell'Associazione a livello territoriale e nazionale.

UFFICIO STAMPA

L'attività dell'ufficio stampa continua a rimanere prevalentemente concentrata sulla divulgazione delle storie dei nostri bambini proprio con lo scopo di sensibilizzare sul valore della Missione, richiamando nuovi potenziali sostenitori. Il continuo aumento di attività corporate e di eventi locali, nel corso del 2023, hanno reso l'attività dell'ufficio stampa sempre più intensa e differenziata: sono stati moltissimi gli articoli dedicati al racconto delle attività dell'Associazione, interviste e interventi istituzionali.



CAMPAGNE INTERNAZIONALI

L'essere parte di una rete internazionale, oltre a quanto descritto nei capitoli precedenti, permette di avere a disposizione precise linee guida per l'impostazione strategica di campagne di comunicazione, benchmark di riferimento per la misurazione delle performance e la possibilità di declinare campagne specifiche sul proprio territorio come, ad esempio, quelle sulla sensibilizzazione sul cancro infantile e nell'ambito delle attività Disney.



CAMPAGNA ALKEMY

Il 2023 è l'anno in cui è davvero possibile dichiarare di essersi lasciati alle spalle la pandemia, così per Make-A-Wish Italia diventa importante anche ripensare alla comunicazione con l'obiettivo di mettere in evidenza la valenza scientifica. Ritene, infatti, sia fondamentale sottolineare la concretezza della propria missione e il suo valore nel cambiare la vita di tanti bambini e famiglie.

“Non c'è nulla di più concreto della felicità” è il claim della nuova campagna ideata dalla società Alkemy per Make-A-Wish Italia.

Obiettivo quello di mettere in evidenza la valenza scientifica che c'è dietro la missione. Un desiderio realizzato non è qualcosa di astratto e fugace, ma contribuisce, insieme alle cure mediche, a migliorare la salute del bambino e accresce il benessere di tutta la famiglia. Lo confermano i medici, ma anche le famiglie stesse nelle testimonianze e nel “Wish Impact Study” condotto dalla nostra Casa Madre. E così l'idea di Alkemy è quella di riprendere i dati quantitativi dello studio per dimostrare quanto il contributo dell'Associazione abbia un impatto concreto e misurabile. I dati vengono veicolati nella campagna insieme alle immagini di repertorio che riportano i sorrisi e le emozioni reali dei nostri bambini.

Alkemy ha sposato appieno la missione di Make-A-Wish e ha voluto donare non solo la propria creatività, ma anche l'intera produzione della campagna, nata con uno spot televisivo e poi declinata per stampa e affissione nelle due versioni: “Adotta un desiderio” e “Destina il tuo 5x1000”. La voce narrante dello spot è quella di Luca Ward, celebre attore e doppiatore italiano, che ha messo in campo il suo talento senza alcun costo per Make-A-Wish Italia.

Nel corso del 2023 il rapporto con Alkemy si è sempre più consolidato e, grazie ad esso, Make-A-Wish Italia ha potuto beneficiare della sua consulenza e del suo supporto professionale, sempre a titolo gratuito, anche su ambiti diversi da quelli della comunicazione.



LE SPESE

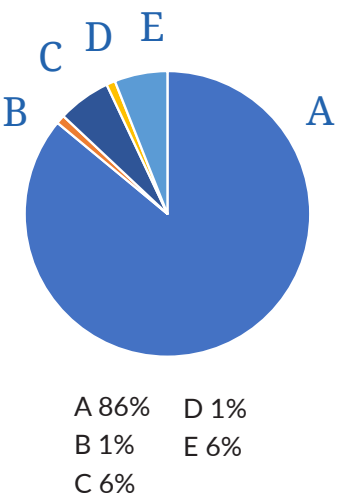
Nell'anno fiscale 2022-2023 la sezione "Oneri e Costi" del bilancio di Make-A-Wish Italia ha mantenuto il trend dello scorso esercizio fiscale continuando a realizzare i desideri accantonati negli anni precedenti e nel contempo realizzando i nuovi desideri relativi a donazioni dell'anno in corso: 228 desideri contro i 215 dell'anno precedente.

Per quanto riguarda la sezione **Costi ed Oneri da attività diverse**, il significativo aumento (1157%) è dovuto, in ottemperanza alle linee guida del terzo settore, all'avvio di nuove attività promo-pubblicitarie e di sponsorizzazione, nonché al potenziamento delle attività di prestazioni di servizi (Wish Challenge)

La sezione **Costi ed oneri da attività finanziarie e patrimoniali** ha subito un sostanziale decremento dovuto ad una ripresa dei mercati finanziari parzialmente usciti dalla crisi generata dalla pandemia e dalla guerra in Ucraina, generando altresì una rivalutazione positiva accantonata nella sezione D dei ricavi pari a 8.700 €.

Le sezioni C ed E sono da considerarsi in linea con i risultati dell'esercizio precedente. Il **Fee di Affiliazione** a Make-A-Wish Foundation International (determinato in termini percentuali: 2,5%, delle entrate) nel 2023 ammonta a 23.906€; tale somma, seppur onerosa per l'Associazione, è comunque ampiamente compensata dalle operazioni che la stessa Make-A-Wish international garantisce alle affiliate e che, nell'anno fiscale, hanno avuto per l'Italia un valore di 65.349€.

	2023 1 ott 22 30 sett 23	2022 1 ott 21 30 sett 22	
A - ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE	1.117.513 €	960.557 €	16%
B - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DIVERSE	13.035 €	1.037 €	1.157%
C - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DI RACCOLTA FONDI	78.813 €	87.019 €	-8%
D - COSTI ED ONERI DA ATT. FINANZIARIE E PATRIMONIALI	9.985 €	43.428 €	-77%
E - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DI SUPPORTO GENERALE	73.285 €	71.691 €	+2%



“Vorrei una bici speciale”
Andrea, 12 anni, Sturge-Weber

MOD-B RENDICONTO GESTIONALE

	22-23	21-22		22-23	21-22
ONERI E COSTI	1.293.652,87	1.163.733,00	PROVENTI E RICAVI	1.337.287,92	1.071.105,00
A)Costi e oneri da attività di interesse generale			A)Ricavi, rendite e proventi da attività di interesse generale		
Totale	1.117.513,48	960.557,00	Totale	1.135.152,03	950.132,00
			Avanzo/disavanzo attività di interesse generale	17.638,55	-10.425,00
B) Costi e oneri da attività diverse			B) Ricavi, rendite e proventi da attività diverse		
Totale	13.035,06	1.038,00	Totale	48.595,80	5.672,00
			Avanzo/disavanzo attività diverse	35.560,74	4.634,00
C) Costi e oneri da attività di raccolta fondi			C) Ricavi, rendite e proventi da attività di raccolta fondi		
Totale	79.813,50	87.019,00	Totale	144.585,57	115.280,00
			Avanzo/disavanzo attività di raccolta fondi	64.772,07	28.261,00
D) Costi e oneri da attività finanziarie e patrimoniali			D) Ricavi, rendite e proventi da attività finanziarie e patrimoniali		
Totale	10.005,76	43.428,00	Totale	8.660,96	21,00
			Avanzo/disavanzo attività finanziarie e patrimoniali	-1.344,80	-43.407,00
E) Costi e oneri di supporto generale			E)Proventi di supporto generale		
Totale	73.285,07	71.691,00	Totale	293,56	0,00
Totale Uscite	1.293.652,87	1.163.733,00	Totale Entrate	1.337.287,92	1.071.105,00
			Avanzo/disavanzo d'esercizio prima delle imposte	43.635,05	-92.628,00
			Imposte	21.275,00	17.675,00
			Avanzo / Disavanzo	22.360,05	-110.303,00

MOD A - STATO PATRIMONIALE

	22-23	21-22
ATTIVO	679.090,76	753.726,00
A) QUOTE ASSOCIATIVE O APPORTI ANCORA DOVUTI	0,00	0,00
B) IMMOBILIZZAZIONI	22.528,79	17.194,00
I - Immobilizzazioni immateriali	12.199,25	11.506,00
II- Immobilizzazioni materiali	9.474,54	4.833,00
III Immobilizzazioni finanziarie con separata indicazione aggiuntiva, per ciascuna voce dei crediti, degli importi esigibili entro l'esercizio successivo	855,00	855,00
C) ATTIVO CIRCOLANTE	650.745,83	736.089,00
II - Crediti, con separata indicazione aggiuntiva, per ciascuna voce, degli importi esigibili oltre l'esercizio successivo	5.404,00	4.927,00
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	402.498,93	393.848,00
IV - Disponibilità liquide	242.842,90	337.314,00
D) RATEI E RISCONTI ATTIVI	5.816,14	443,00
PASSIVO	679.090,76	753.726,00
A) PATRIMONIO NETTO	458.901,37	560.331,00
II- Patrimonio vincolato	75.111,00	198.902,00
III - Patrimonio libero	359.200,82	469.503,00
B) FONDI PER RISCHI E ONERI	1.100,00	1.100,00
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	66.249,34	69.107,00
D) DEBITI, CON SEPARATA INDICAZIONE AGGIUNTIVA, PER CIASCUNA VOCE, DEGLI IMPORTI ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO SUCCESSIVO	152.840,05	123.188,00
E) RATEI E RISCONTI PASSIVI	0,00	0,00



“

Siete davvero delle persone molto speciali e l'organizzazione che rappresentate è una realtà unica. Le famiglie che non sono state toccate da esperienze di malattia, non possono capire appieno la reale portata di quanto fate.



ARIANNA

La mamma di Agata, 9 anni, Leucemia



Come sostenerci

NON C'È NULLA

DI PIÙ CONCRETO

DELLA FELICITÀ



Adotta **un desiderio**

Contattaci per ricevere la lista dei desideri
francesca.parodi@makeawish.it



Dona **online**

Una volta o mensilmente con le principali
carte di credito o sistemi elettronici in totale
sicurezza. Vai su dona.makeawish.it/dona/



Dona **con bonifico**

Make-A-Wish Italia Onlus
IT 60 G 03332 0 1400 000000940876
SWIFT/BIC: PASBITGG Banca Passadore, Sede di Genova



Dona **con assegno**

Non trasferibile Intestato a Make-A-Wish Italia Onlus
Piazza San Matteo 15/9 16123 Genova



Dona **il tuo 5x1000**

Inserisci in nostro codice fiscale **95090980103**
nella tua dichiarazione dei redditi





Attività di monitoraggio del Collegio dei Revisori

Nello svolgimento dell'attività di monitoraggio svolto nell'esercizio 1° ottobre 2022 -30 settembre 2023, il Collegio dei Revisori ha vigilato sull'osservanza della Legge e dello Statuto, verificato il corretto assolvimento di tutti gli adempimenti contabili e fiscali, l'adeguatezza della struttura organizzativa e del sistema amministrativo contabile nonché l'osservanza delle norme previste dalla normativa Onlus di riferimento e dal Codice del Terzo Settore (dlgs 117/2017) per quanto attiene agli articoli generali 4,5,6,7 e 8.

Il Collegio dei Revisori nella sua relazione ha dato atto che il bilancio d'esercizio rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale finanziaria e il risultato gestionale e che il bilancio sociale è conforme alle linee Guida ai sensi dell'art. 14 comma 1 d.lgs. 117/2017 (D.M. del 4 luglio 2019).