



2024

Bilancio Sociale

1 ottobre 2023 - 30 settembre 2024

Make-A-Wish®
ITALIA ONLUS

LETTERA DEL PRESIDENTE



Quest'anno è stato davvero straordinario per la nostra Associazione, costellato da traguardi emozionanti e momenti che rimarranno nel nostro cuore per sempre. Il più significativo di tutti, quello che più ci riempie di gioia, è sicuramente il raggiungimento del nostro 3000° desiderio. Oltre a essere simbolo di impegno e dedizione, rappresenta un passo importante nel nostro cammino, che ormai da quasi venti anni ci vede impegnati nel realizzare sogni che cambiano la vita.

Il 3000° desiderio ha avuto come protagonista Viola, una ragazza di 15 anni che, dopo aver lottato per anni contro un osteosarcoma ha potuto realizzare il suo sogno più grande. Rientrata a casa dal viaggio che Make-A-Wish le aveva regalato, le sue parole, ricche di emozione, hanno fatto risuonare in noi una speranza condivisa:

“Questo desiderio ha concluso il mio percorso di malattia in modo positivo. Ora sono più felice, estroversa e fisicamente sto molto meglio: riesco a camminare e a volte provo anche a ballare!”

Nessun riconoscimento o premio potrebbe darci una gratificazione più grande di questa testimonianza.

Venti anni fa, il piccolo Josip, ricoverato al Gaslini di Genova, sognava di incontrare Antonio Casano. Chi avrebbe mai immaginato che quel primo desiderio, la cui realizzazione è stata organizzata, intorno al tavolo della mia cucina con due amiche di vecchia data, senza alcuna esperienza ma con un entusiasmo travolgente, sarebbe diventato l'inizio di una storia così grande? Da allora sono passati tanti anni, e insieme a noi sono cresciuti tanti bambini, ragazzi e famiglie che ci hanno ispirato insegnandoci ogni giorno cosa vuol dire affrontare la vita con coraggio e speran-

za. Ogni desiderio che abbiamo realizzato è stato un dono, ma anche un'emozione che ci ha cambiato, arricchendoci di storie, sorrisi, lacrime di commozione e tanta gratitudine.

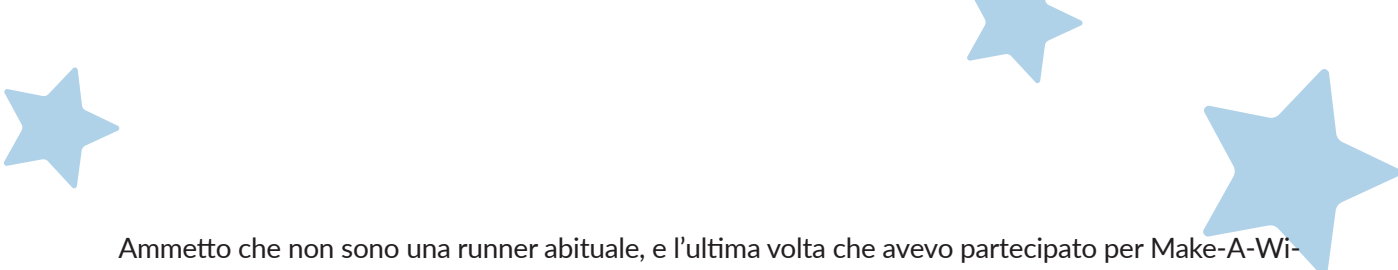
Sono queste le esperienze che ci hanno fatto crescere, rendendoci più organizzati, creativi e capaci di trovare chi ci aiuti a rendere possibile l'impossibile. Così siamo diventati ciò che siamo oggi: una realtà che opera con professionalità, ma sempre con il cuore. Perché il nostro DNA, quello del lontano 2004, non è mai cambiato: un amore incondizionato per questa missione, una continua energia positiva e la ferma convinzione che, insieme, possiamo realizzare sogni che sembrano irraggiungibili.

A questo punto, non posso che esprimere il mio più sincero grazie a tutte le persone che ci hanno accompagnato: ai nostri volontari, al nostro team, ai partner e a chi, in ogni momento, ha donato tempo, risorse, idee e professionalità. È grazie a ciascuno di voi che siamo riusciti a cambiare la vita di tanti bambini e famiglie.

Quest'anno è stato segnato da eventi importanti e momenti che resteranno nei nostri cuori. Il lancio del nostro nuovo sito web è stato un passo fondamentale, a dieci anni dal precedente restyling, per rendere la nostra comunicazione più moderna ed efficace. Poi c'è stata l'emozionante anteprima italiana del film “Wish” della Disney, che ci ha visti protagonisti come charity partner. Un'occasione straordinaria per raccogliere fondi e far conoscere ancora di più la magia della nostra missione.

Un'altra esperienza indimenticabile è stata il Charity Flight di Ryanair, che ha portato venti delle nostre wish families in un weekend magico al Parco Port Aventura in Spagna, un momento di pura felicità per tante famiglie che, hanno potuto condividere questa esperienza tutte insieme in grande serenità. E non possiamo dimenticare la splendida mostra dei Preraffaeliti al Museo Civico San Domenico di Forlì, che, grazie alla generosità della Cassa dei Risparmi di Forlì, che l'ha promossa insieme a Mediafriends Onlus, ha dato il via a una raccolta fondi importante che ci aiuterà realizzare i desideri di tanti bambini malati e ospedalizzati in Emilia-Romagna.

E poi c'è stato il momento che più mi ha toccato personalmente: la Milano Marathon 2024.



Ammetto che non sono una runner abituale, e l'ultima volta che avevo partecipato per Make-A-Wish era ancora prima della pandemia. Ma quest'anno, per celebrare il nostro 20° anniversario, ho deciso di affrontare di nuovo la sfida. Cercando di vincere la pigrizia mi sono allenata con mesi di anticipo, e, compito non semplice, sono riuscita a coinvolgere i miei figli, Greta e Francesco e mio marito Fabio, per correre insieme, in onore della nostra amata Carlotta. Impresa non facile e grazie ad una generosissima e sorprendente catena di solidarietà fra amici e parenti, siamo riusciti a superare di molto l'obiettivo di raccolta fondi che ci eravamo posti. Quella corsa, quella vittoria, è stata per noi quattro un gesto che ci ha uniti come famiglia, un percorso di grande significato che ancora una volta abbiamo affrontato insieme, con il cuore.

Questi sono stati solo alcuni dei momenti che hanno reso questo anno speciale. Ma, si sa, ogni anno porta con sé anche delle sfide. Durante il 2024 abbiamo imposto dei cambiamenti operativi importanti, che hanno comportato un periodo di non facile transizione, tutt'ora in corso.

A marzo abbiamo introdotto nel nostro team una nuova figura professionale, quella del Direttore Generale. Una scelta che ho fortemente voluto per garantire una continuità di crescita e sviluppo a lungo termine per la nostra Associazione. Non nascondo che vedere cambiare qualcosa che è stato il centro della mia vita per venti anni non è facile. Ma sono convinta che le trasformazioni costruttive rappresentino un passo fondamentale per il futuro dell'Associazione, sempre nell'ottica di rafforzare l'impatto della nostra bellissima missione.

Inoltre, in questo cammino, il Consiglio Direttivo ha deciso di avviare altri due cambiamenti strutturali fondamentali per il nostro futuro: la nostra iscrizione al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS) e la trasformazione dell'Associazione in una Fondazione di partecipazione. L'iscrizione al RUNTS, che diventa obbligatoria per tutte le realtà del Terzo Settore, è una scelta che ci permetterà di continuare a operare in modo conforme alla nuova normativa, garantendo trasparenza e facilitando le nostre collaborazioni con le pubbliche amministrazioni.

In parallelo, abbiamo deciso di trasformarci in una Fondazione di partecipazione, decisione che nasce dalla consapevolezza che la nostra Associazione ha ormai sviluppato una struttura e un modello operativo che si adattano meglio a questa forma giuridica. La trasformazione in Fondazione ci con-

sentirà di avere una governance più stabile, con un patrimonio vincolato permanentemente al raggiungimento delle nostre finalità sociali, rafforzando così ulteriormente la nostra capacità di realizzare i desideri di sempre più bambini malati.

Sarò ripetitiva, ma ci tengo a concludere queste righe ancora una volta con una sola, semplice parola: grazie. Grazie a tutti coloro che ci accompagnano in questo importante cammino, che ci sostengono e credono in noi. Grazie a chi, con un sorriso, una parola, una donazione, ci aiuta a rendere il mondo un po' più bello, un sogno alla volta. E, infine, grazie alla nostra Carlotta, che ci guida ancora, ogni giorno, da lassù.

Con affetto e gratitudine,



Sune Frontani
Presidente & Co-Fondatrice



Indice

1 - Nota Metodologica
pag 8

2 - Informazioni generali sull'Ente
pag 11

3 - Struttura, Governance
pag 24

4 - Persone che operano per l'Ente
pag 30

5 - Obiettivi e attività
pag 42

6 - Situazione Economico-Finanziaria
pag 92

7 - Monitoraggio dell'organo di controllo
pag 99



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio sociale 2023/2024 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 2023-30 settembre 2024. 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

Viale Piceno, 16 20129 Milano

Via Giuseppe Maria Crespi 2B 16123 Genova

Codice Fiscale 95090980103

P.Iva 02764740995

E-mail info@makeawish.it

Telefono +39 010 8681336

Sito internet

www.makeawish.it



“Questo desiderio
realizzato le ha dato
l'energia per continuare
a lottare, le terapie sono
un percorso difficile,
ma la gioia di oggi
le darà la forza
che le serve per andare
avanti.”

ELISA

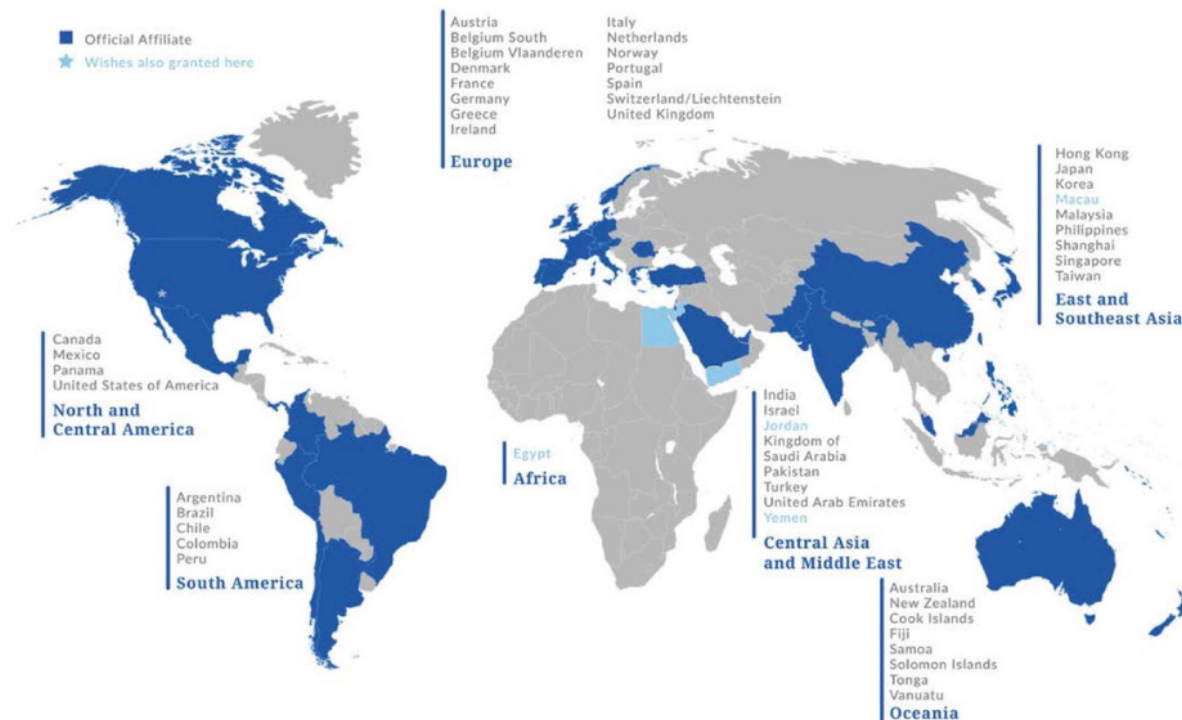
la mamma di Iris, 10 anni, malattia rara

CHI SIAMO NEL MONDO

Make-A-Wish trae ispirazione da Christopher James Greicius, un energico bambino di 7 anni affetto da leucemia, che desiderava essere un poliziotto per un giorno. Nel 1980, tutta la comunità di Phoenix si unì per realizzare il suo desiderio.

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

Oggi, Make-A-Wish esaudisce desideri che cambiano la vita di bambini e famiglie da oltre 40 anni. Dopo l'avvio di Make-A-Wish nel 1980 negli Stati Uniti, Make-A-Wish International è stata ufficialmente costituita nel 1993 per servire cinque Paesi al di fuori degli Stati Uniti e ora contribuisce a sostenere i bambini malati di tutto il mondo attraverso i suoi 40 affiliati, in 50 paesi al mondo.



50

*Paesi del mondo
in cui Make-A-Wish
è presente*

585.000

*Desideri realizzati
in tutto il mondo dal 1980*

35.000

*Desideri realizzati nell'ultimo
anno in tutto il mondo*

27.000

*Volontari che aiutano a realizzare
migliaia di desideri ogni anno
in tutto il mondo*



CHI SIAMO IN ITALIA

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.

Make-A-Wish Italia è affiliata di Make-A-Wish Foundation International ed è riconosciuta giuridicamente dallo Stato Italiano e da **20 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.

L'appartenza 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".

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.

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

20

*di attività su tutto
il territorio Nazionale*

3.000

*Desideri realizzati
in Italia dal 2004*

215

Desideri realizzati nell'ultimo anno

230

*Volontari distribuiti in tutte
le regioni d'Italia*



LA MISSIONE



Realizziamo desideri 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 suo desiderio.



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" anche 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.

THEORY OF CHANGE

Nel 2022, Make-A-Wish International ha deciso di investire nello sviluppo di una Theory of Change Globale per costruire un impianto metodologico valido per tutte le affiliate nella misurazione dell'impatto positivo di un desiderio realizzato nel breve, medio e lungo termine.

La Theory of Change permette di verificare l'esistenza di un nesso causale tra le fasi del wish Journey fino alla realizzazione del desiderio stesso e la qualità di vita del bambino e della sua famiglia.

La sfera di osservazione dell'impatto è stata ampliata non solo al beneficiario diretto (il wish child) ma anche a quello secondario (il fratello/sorella sano, i genitori o i parenti immediatamente coinvolti), analizzando le dimensioni legate alla quotidianità del bambino, alla sfera della autonomia e dell'emotività e alla rispondenza alle cure.

La ricerca si è articolata attraverso alcune fasi: un primo approccio teorico e di studio della letteratura connessa, l'ideazione di uno strumento di rilevamento dei dati, la messa a punto di un set di indicatori e di aree da osservare, infine, l'applicazione e la verifica dei risultati.

I dati necessari allo studio sono stati acquisiti attraverso una survey condivisa con tutte le affiliate, e dedicata a tutte le famiglie con figli di età compresa tra i 13 e i 17 anni, il cui desiderio fosse stato realizzato negli ultimi 5 anni.

Make-A-Wish Italia è si è dimostrata particolarmente proattiva e responsive, (su un campione di 690 famiglie quasi 470 hanno confermato la loro adesione) inviando moltissime risposte e questionari contribuendo in modo prezioso ai risultati della Theory of Change .

Complessivamente state ricevute 932 risposte dai bambini e 1.858 dai genitori, provenienti da 24 affiliate. Dopo avere escluso le incomplete, sono state analizzate 832 risposte di bambini e 1.479 di genitori, che a livello statistico e di metodologia della ricerca sociale costituisce un ottimo campione

significativo.

Sia per i bambini che per i genitori sono state analizzate 3 fasi:

- Intervista/cattura del desiderio
- Comunicazione approvazione del desiderio
- Realizzazione del desiderio (impatto nel breve e nel lungo termine)

Gli indici di osservazione sono state le seguenti:

1. Gioia e felicità
2. Inclusione e social engagement
3. Benessere individuale
4. Apertura degli orizzonti
5. Rafforzamento dei legami familiari
6. Stima di sé
7. Zona di comfort, distrazione

I PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA



Impatto emotivo positivo: Il percorso che culmina con la realizzazione del desiderio porta gioia e felicità profonda nei bambini e le loro famiglie e permette loro di sperimentare il picco delle emozioni positive durante il wish day. Queste emozioni positive rimangono forti nel tempo, tanto che l'80% dei bambini e l'81% dei genitori le sentono ancora a lungo termine



Migliore benessere: il 92% dei bambini che hanno espresso desiderio ha dichiarato di aver migliorato il proprio benessere grazie all'esperienza e il 90% ha dichiarato che ciò li ha aiutati a guardare al futuro con fiducia e prospettiva.



Legami familiari rafforzati: il 93% dei genitori ha dichiarato che l'esperienza del desiderio ha avvicinato la famiglia, facilitando il senso di unione e migliorando la capacità di affrontare le situazioni difficili.

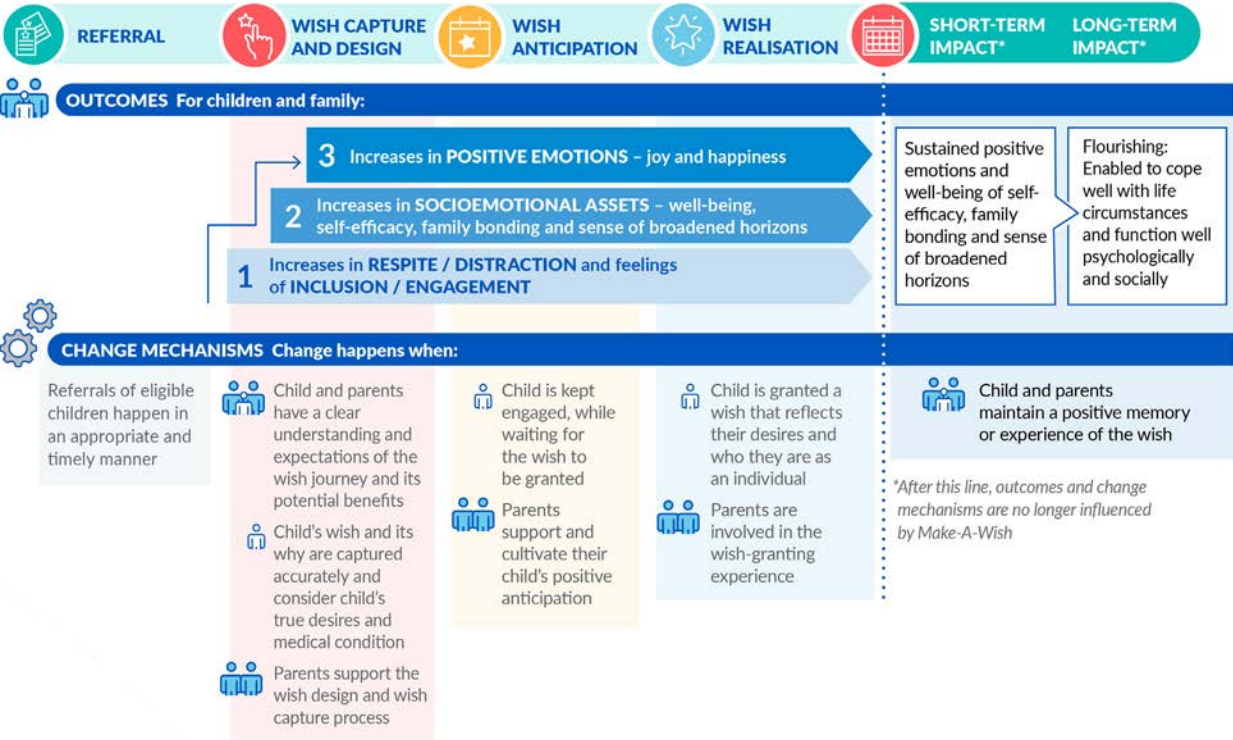


Distrazione: il 90% dei genitori ha notato che il desiderio realizzato ha fornito la necessaria distrazione e sollievo dalle difficoltà della malattia del figlio, ha visto migliorare la determinazione nell'affrontare le cure e la rispondenza ad esse.

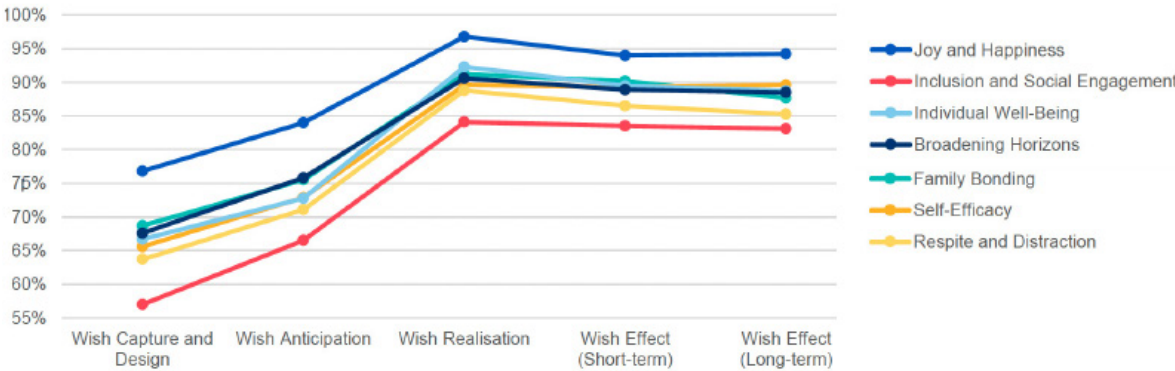


Importanza dei desideri: ben il 97% dei bambini e il 95% dei genitori concordano sul fatto che l'esperienza dei desideri è importante per ogni bambino eleggibile affetto da una malattia grave.

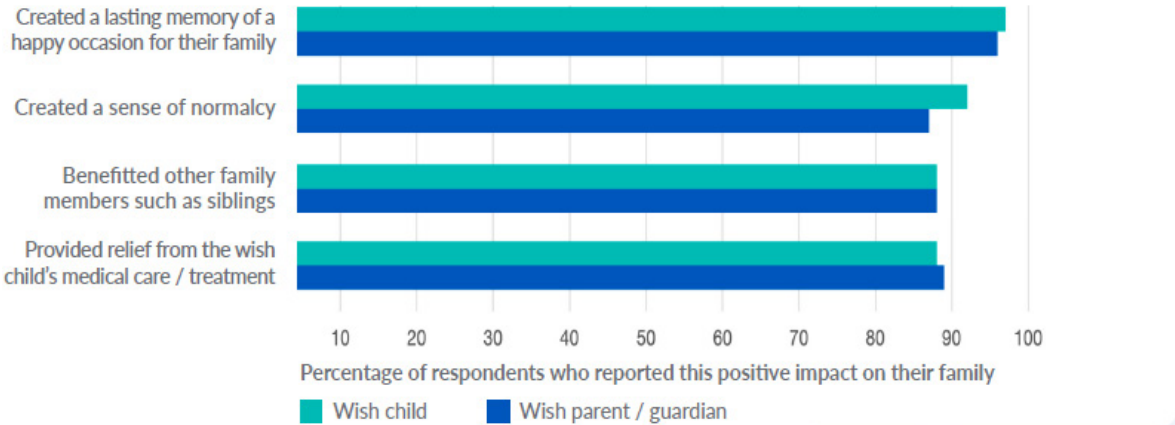
WISH JOURNEY THEORY OF CHANGE



Percentage of wish children who self-reported experiencing each key outcome at each stage of the Wish Journey



Impact of the wish experience on overall family well-being

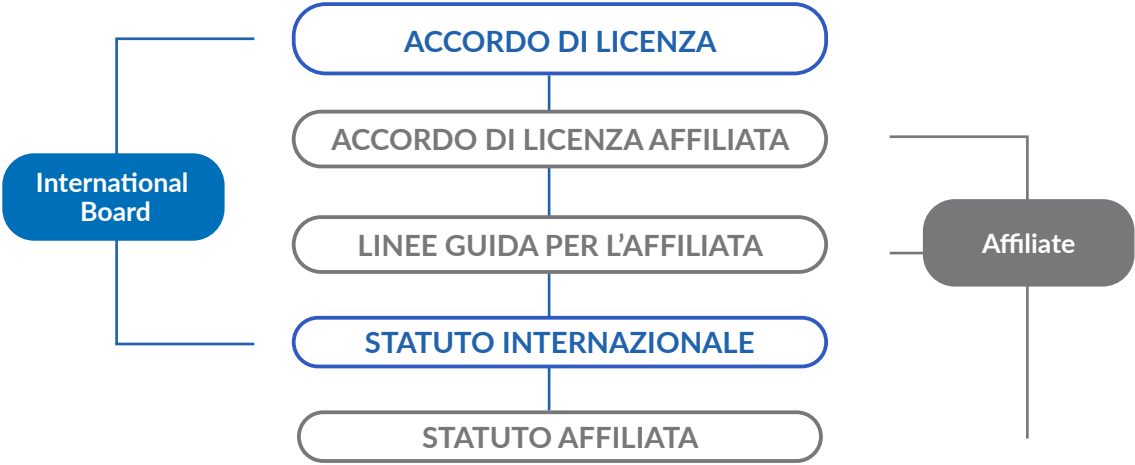




LA STRUTTURA INTERNAZIONALE

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. In quanto appartenente al network, Make-A-Wish Italia è coinvolta 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.

LA GOVERNANCE IN ITALIA

La Governance di Make-A-Wish Italia consente la realizzazione della Missione in maniera coerente e trasparente. Prevede la presenza di diversi organi sociali dotati di competenze e poteri distinti descritti e definiti nello Statuto dell'Associazione.

L'Assemblea dei Soci delinea gli indirizzi e le direttive generali dell'Associazione e nomina il Consiglio Direttivo, l'organo deputato all'attuazione di tali indirizzi e direttive generali e che ne valuta l'attività mediante l'approvazione del bilancio di esercizio annuale.

Nomina gli organi statutari deputati al controllo (il Collegio dei Revisori dei Conti), il Consiglio Direttivo, nominato annualmente, che elegge a sua volta tra i suoi componenti il Presidente, il Vicepresidente, il Tesoriere.

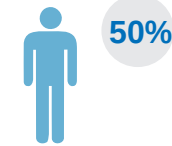
La gestione dell'Associazione è controllata dal Collegio dei Revisori dei Conti, iscritti al registro dei Revisori Contabili. I Revisori (3 effettivi e 2 supplenti) vengono nominati ogni 3 anni dall'Assemblea dei Soci. I Revisori devono accertare la regolare tenuta della contabilità sociale mediante verbali a cadenza trimestrale e redigere una relazione sul bilancio annuale.

Make-A-Wish Italia, inoltre, affida la revisione del suo Bilancio ad una società di Revisione esterna, Baker Tilly. Si precisa che il Consiglio Direttivo, così come l'organo di controllo e la società di revisione, svolgono il loro operato in forma gratuita.

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 descrizione seguente illustra la composizione e le principali competenze degli organi.



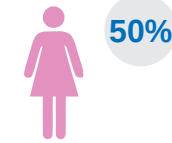
LA STRUTTURA GOVERNANCE



50%

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:



50%

Funzione Normativa:

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

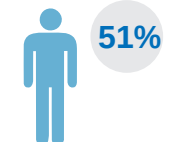
Funzione di Controllo:

- 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 attinenti alla gestione e sottoposte dagli altri organi dell'Associazione;
- delibera l'azione di responsabilità nei confronti degli Amministratori



PRESIDENTE DEL CONSIGLIO DIRETTIVO

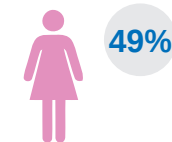
detiene la legale rappresentanza dell'Associazione. Egli convoca e presiede inoltre l'Assemblea dei Soci e le riunioni del CdA. Cura le relazioni e instaura collaborazioni con i soggetti istituzionali, pubblici e privati. Svolge tutte le altre funzioni a lui attribuite dallo Statuto.



51%

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)



49%

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 ri-confermati. L'attuale Consiglio direttivo, nominato in sede di approvazione del bilancio chiuso al 30.09.2024, è composto da 8 membri.

Il Consiglio Direttivo provvede a stabilire annualmente le linee generali dell'attività 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

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.



80%

L'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.



20%

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.

ASSEMBLEA DEI SOCI

Fabio Frontani – Socio Fondatore
Sune Schwenkbier – Socio Fondatore

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

David Bevilacqua Alessandro Magozzi
Claudio Foscoli Maura Zagato
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

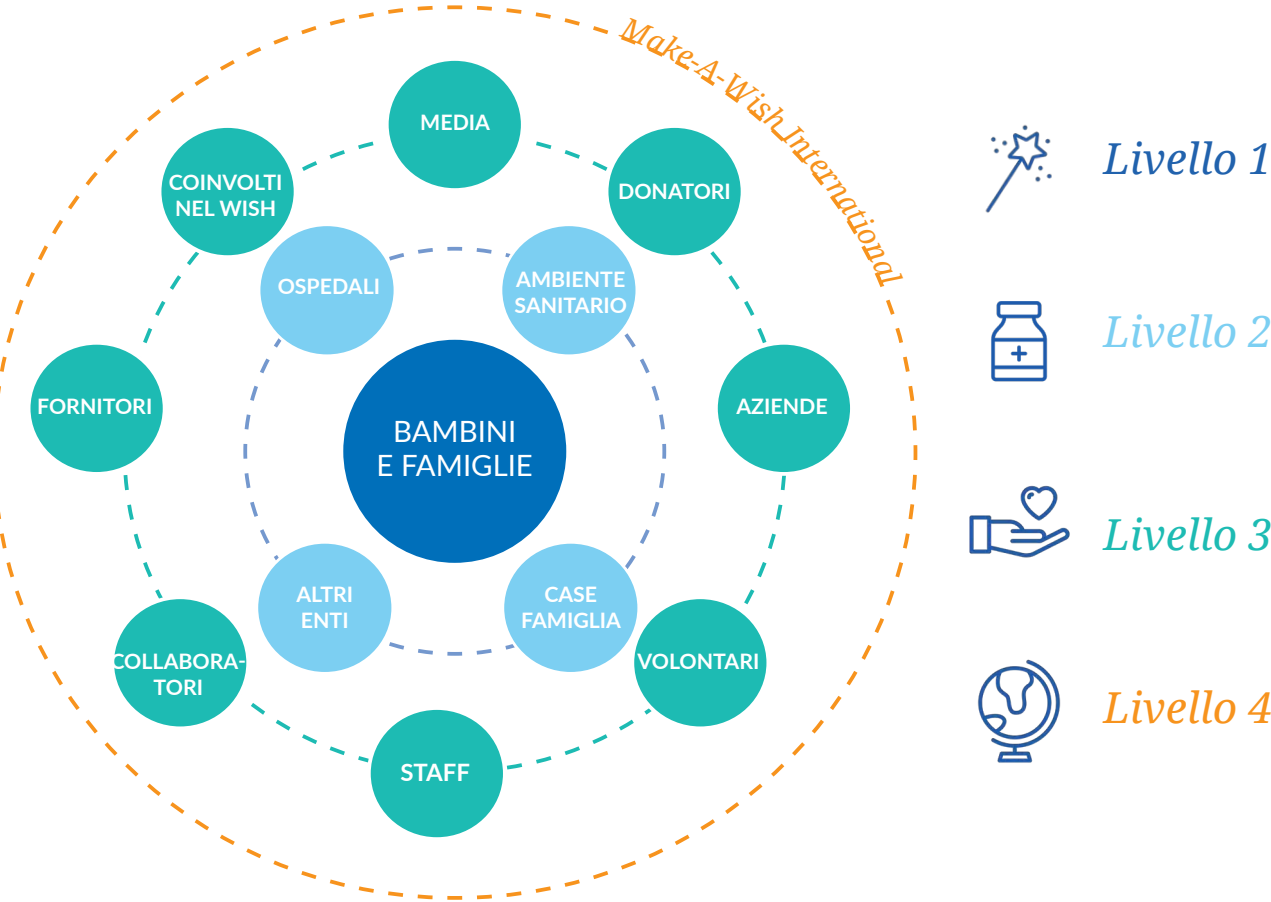
SOCIETÀ DI REVISIONE (ESTERNA)

Baker Tilly Revisa S.p.A

Ulteriori informazioni sugli organi e la Governance possono essere reperiti consultando lo Statuto dell'Associazione.

GLI STAKEHOLDER

La mappatura Stakeholder è un processo necessario ai fini di conoscere i propri portatori d'interesse e identificare in modo sempre più chiaro le esigenze e le necessità alle quali l'Associazione può far fronte. Per questo, nel corso del 2024, seppur in modo più frammentario a causa della riorganizzazione di alcune aree, Make-A-Wish Italia ha continuato il percorso di tracciamento, cercando di aumentare il loro coinvolgimento nelle attività dell'Associazione e di rafforzare il rapporto con loro.



“Vorrei essere protagonista delle mie storie”
Luca, 6 anni, miopatia nemalinica



LO STAFF

Make-A-Wish Italia, sotto la guida attiva e operativa della sua Presidente, porta avanti la propria Missione avvalendosi di un team motivato ed efficiente. La Presidente, infatti, ha sempre ricoperto un ruolo operativo ed esecutivo, contribuendo in prima persona alla gestione e allo sviluppo delle attività dell'Associazione, oltre a svolgere la funzione di rappresentanza.

Il team è composto da persone che, oltre ad essere seri professionisti, nutrono una profonda passione per la causa e si dedicano con impegno e responsabilità, affrontando anche le situazioni più complesse. Questo approccio contribuisce a creare un ambiente di lavoro dinamico, equilibrato e orientato al raggiungimento della massima qualità.



A fine Marzo del 2024, per sostenere la crescita dell'Associazione, è stata introdotta per la prima volta una figura manageriale con il ruolo di Direttore Generale.

La selezione del candidato è stata affidata direttamente alla Presidente, con il supporto di un comitato di selezione istituito dal Board, e resa possibile, grazie alla collaborazione pro bono della società di head hunting Egon Zehnder International. La nuova direttrice è una professionista di lunga esperienza nel settore non profit, con caratteristiche personali pienamente in linea con i principi e i valori di Make-A-Wish Italia.

Lo Staff di Make-A-Wish Italia è strutturato in quattro reparti principali: Amministrazione, Wish Granting, Coordinamento Volontari, Comunicazione e Raccolta fondi, per un totale di 14 persone, a cui si aggiunge la nuova figura della Direttrice Generale.

Oltre al team interno, Make-A-Wish Italia si avvale del supporto di collaboratori esterni che contribuiscono a integrare le competenze dello staff.

Durante l'anno si sono verificati alcuni cambiamenti significativi all'interno dello staff. A seguito delle dimissioni del coordinatore dei volontari, il ruolo è rimasto vacante per alcuni mesi fino all'arrivo di una nuova responsabile. Situazioni analoghe si sono verificate per le persone incaricate di gestire i social media e i rapporti corporate. Questi cambiamenti, inevitabilmente, hanno avuto un impatto sull'operatività

dell'Associazione. Attualmente lo staff è completo.



Per consolidare le competenze e le capacità del proprio staff, Make-A-Wish Italia si avvale anche del supporto offerto da Make-A-Wish Foundation International. L'organizzazione internazionale mette a disposizione sessioni formative e materiali dedicati, coinvolgendo tutte le aree operative chiave: realizzazione dei desideri, rapporti con il personale medico, raccolta fondi, gestione dei volontari, rendicontazione finanziaria e altro. Le risorse condivise da Make-A-Wish Foundation International rappresentano un valore aggiunto fondamentale per l'attività dell'associazione, rafforzando la qualità e l'efficacia delle attività svolte.

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 2023-2024.



“ *Nel preciso istante
in cui Einer ha visto
una pinna avvicinarsi
è esplosa la gioia
nei suoi occhi e nei
suoi gesti: non poteva
crederci! I delfini erano
davanti a lui, maestosi
e magnifici*

ELISABETTA

Volontaria

Wish Day di Einer, 4 anni, atrofia delle vie biliari

257

*Volontari attivi
su tutto il territorio*



26%



74%

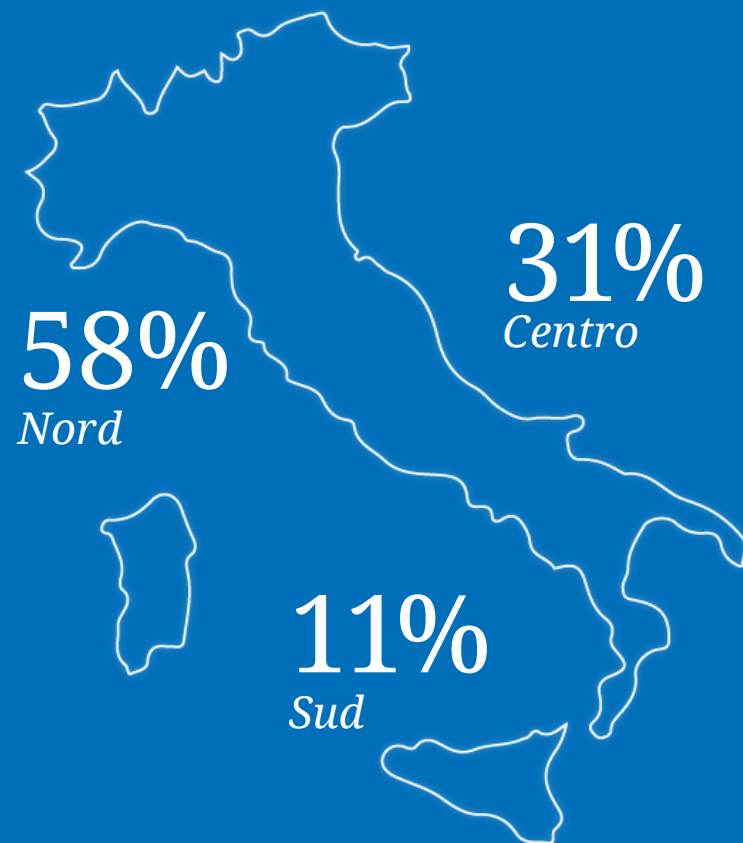
46
età media

16/20

Regioni

5112

*Ore di attività dedicate
ai bambini e alle loro
famiglie in tutta Italia*



I VOLONTARI

Fin dalla sua nascita, Make-A-Wish Italia ha fondato la propria attività sul prezioso contributo dei volontari.

Al 30 settembre 2024, l'Associazione può contare su 257 volontari distribuiti in 16 regioni. Chi sceglie di fare volontariato con Make-A-Wish Italia condivide profondamente i valori dell'Associazione, impegnandosi ad accompagnare i bambini e le famiglie lungo tutto il percorso: dalla scoperta del desiderio alla sua realizzazione.

I volontari dedicano il loro tempo e le loro energie, rendendosi disponibili gratuitamente per le esigenze dell'Associazione (ricevono solo un rimborso delle spese sostenute).

Partecipano attivamente sia alle attività legate alla missione, sia alle iniziative che supportano la crescita e lo sviluppo dell'Associazione. Attraverso la loro disponibilità, contribuiscono anche all'organizzazione delle attività delle Accademie o, in caso di desideri che non prevedono l'ingresso in Accademia, si dedicano alla creazione di idee e programmi pensati nell'ambito del Wish Journey, il percorso che accompagna il bambino fino alla realizzazione del suo desiderio. In occasione dei periodi di festa, come Natale e Pasqua, i volontari affiancano lo staff nel promuovere le iniziative speciali finalizzate soprattutto alla raccolta fondi, come ad esempio lo shopping solidale. A Natale, in particolare, schiere di "Babbi Natale ed elfi" si prodigano per la consegna di doni ai bambini ricoverati negli ospedali.

I volontari operano in affiancamento agli uffici di Genova e Milano, coordinati dal Responsabile Nazionale dei Volontari. In alcune regioni, come Lazio, Toscana, Marche e Campania, sono stati identificati dei coordinatori regionali. Per comprendere meglio qual è l'impegno dei volontari in Make-A-Wish Italia, è stato calcolato il monte ore dedicato alla realizzazione dei desideri: da ottobre a settembre 2024, i volontari hanno donato complessivamente 5.112 ore del loro tempo.

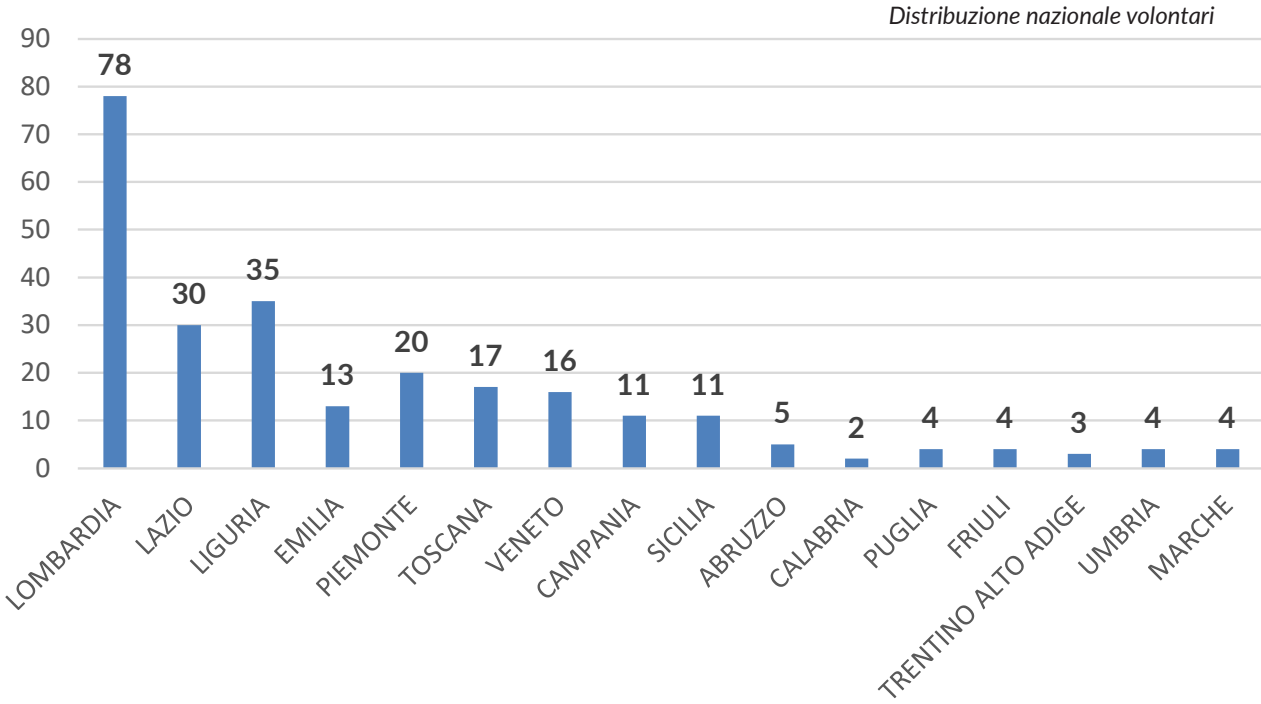


Volontarie durante la consegna Natalizia negli ospedali

Nel corso dell'anno fiscale preso in esame, l'attività di recruiting e formazione è stata concentrata in soli quattro mesi. Durante questo periodo sono state organizzate tre sessioni formative, che hanno portato a un incremento del 9% nel numero di volontari.

Tuttavia, tali attività sono state sospese nei mesi successivi fino al 30 settembre, quando, dopo le dimissioni del Coordinatore Nazionale Volontari, è stata completata la procedura di selezione con la nomina di una nuova coordinatrice, pronta a rilanciare con entusiasmo le iniziative legate al volontariato.

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.



Volontaria durante l'approvazione di un wish



“

*La cosa che trovo
sempre sorprendente
è vedere quante emozioni
riusciamo a regalare
ai nostri bimbi
e alle loro famiglie
e sono proprio questi attimi
per cui sono stata
e sarò sempre grata
a Make-A-Wish”.».*



ELISABETTA
Volontaria

*“Vorrei cantare le mie canzoni preferite”
Noemi, 10 anni, rara malformazione cardiaca*



IL CONTESTO IN CUI OPERIAMO

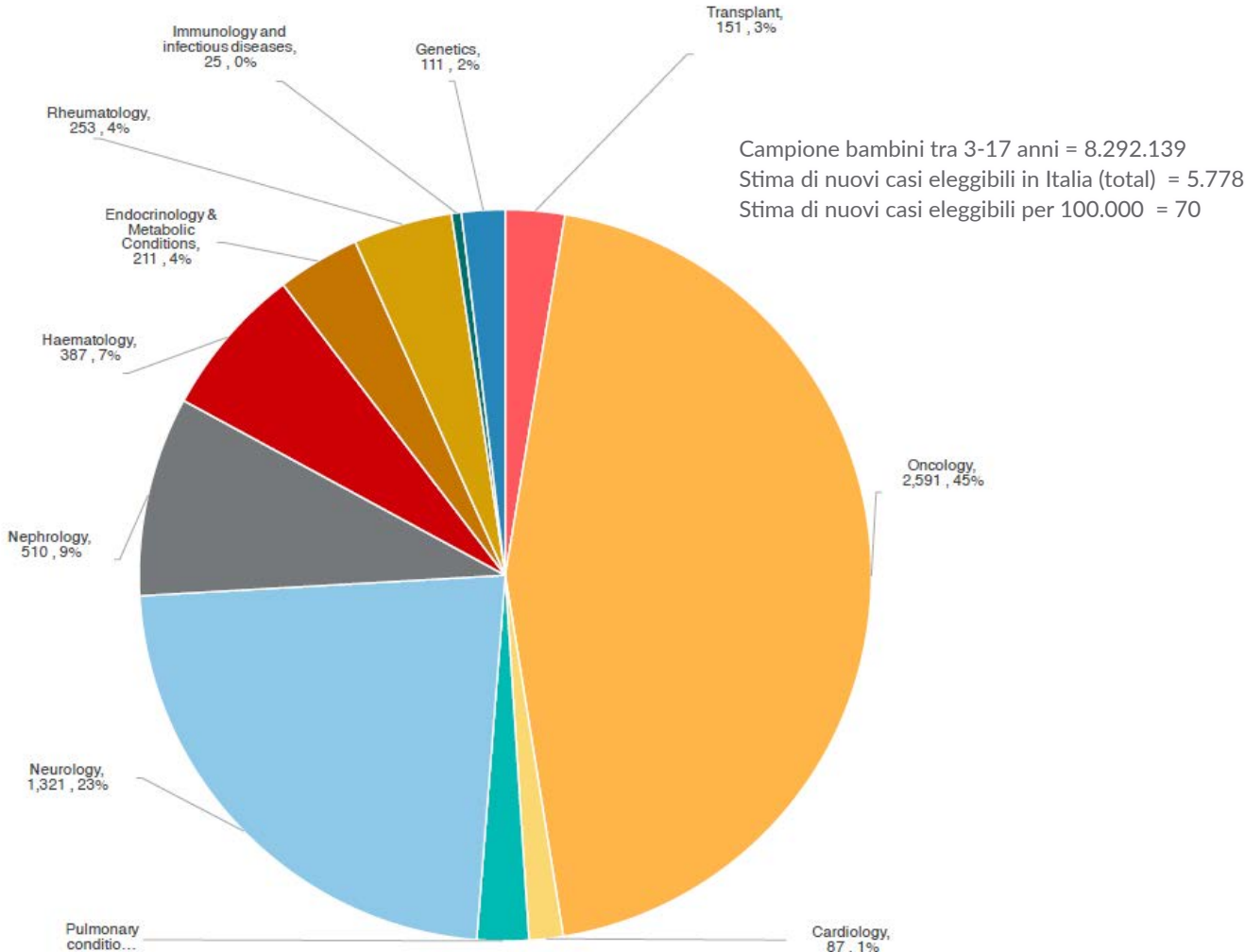
Make-A-Wish Italia opera in un contesto delicato e significativo, impegnandosi a donare speranza, forza e gioia a bambini e ragazzi affetti da gravi patologie. Si impegna a rispondere ai bisogni di questi bambini e delle loro famiglie, lavorando a contatto con gli Ospedali, le Case Famiglia e le Comunità locali in tutta Italia. Questi giovani pazienti e le famiglie vivono momenti particolarmente difficili a causa della loro condizione medica. Affrontano terapie invasive e lunghe degenze ospedaliere, sopportando non solo dolore, paura, stanchezza, ma anche l'isolamento e la perdita della vita sociale.

Make-A-Wish interviene in questa fase della loro vita, donando la possibilità di vivere un'esperienza positiva, che ha il suo apice nella realizzazione del desiderio. Questo approccio, orientato al benessere psicofisico, rappresenta una componente essenziale del percorso di cura e resilienza. Poter vivere emozioni di gioia intensa e poter prendere decisioni autonome riguardo al proprio desiderio contribuisce a rafforzare la fiducia in sé stessi, aumentando l'adesione alle terapie e di conseguenza le probabilità di guarigione.

Per comprendere meglio quali sono i numeri di cui stiamo parlando e l'impatto che Make-A-Wish può avere nel mondo, ma soprattutto in Italia, è stato intrapreso uno studio dalla Fondazione Make-A-Wish International, coordinato dal suo Advisory Medical Committee.

Lo studio si è basato su una serie di criteri medici, demografici e statistici e, grazie ad esso è stato possibile identificare un numero stimato di bambini e ragazzi che, ogni anno, potrebbero beneficiare dell'attività di Make-A-Wish: a livello globale si stima ci siano 1,3 mln* di nuovi bambini compresi tra i 3-17 anni eleggibili. In Italia i casi stimati sono 5778 *, di cui oltre il 45%* rientra in problematiche di natura oncologica, circa il 20%* di natura neurologica, 8%* nefrologica e circa il 6%* ematologica.

La percentuale quindi di "raggiungimento dell'indice di bisogno" è del 3,7%*, rappresentata dal numero di desideri realizzati rispetto al numero complessivo dei nuovi casi eleggibili. Questi dati rappresentano un punto di riferimento fondamentale per pianificare e ampliare l'attività di Make-A-Wish Italia, creando una rete sempre più capillare di volontari e sostenitori, con l'obiettivo di raggiungere il maggior numero possibile di bambini e fare la differenza nelle loro vite.



*Fonti scientifiche:
International Advisory Medical Committee MAWInt
Think Thank Research for Impact (Singapore)
IHME Institute for Health Metrics and Evaluation (Università di Washington)
GBD (Global Burden of Disease) Database

3.000

*Desideri realizzati
in Italia dal 2004*

213

*Desideri realizzati
nell'ultimo anno*



23%
to have



56%
to go



16%
to meet



5%
to be

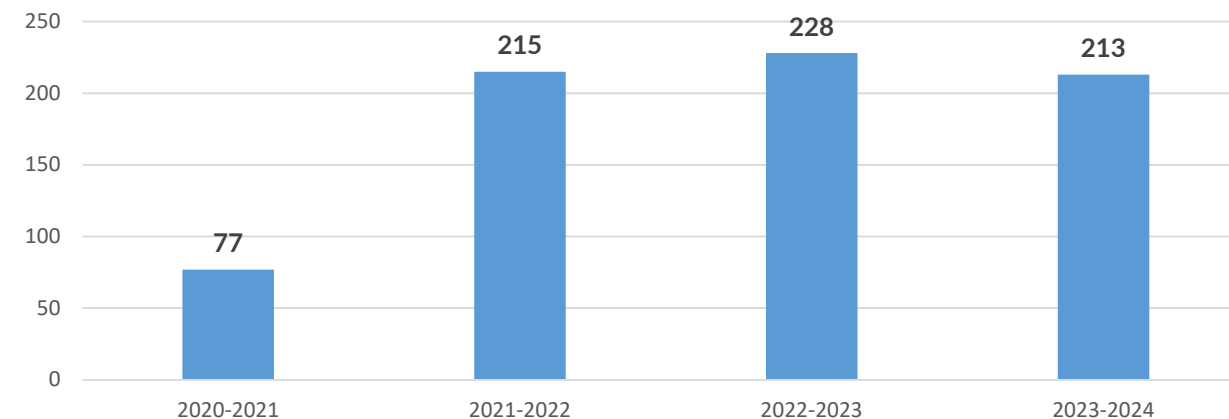
L'ATTIVITÀ ISTITUZIONALE

Il 2024 rappresenta per Make-A-Wish Italia un anno di trasformazioni strategiche e strutturali, che ci aiuteranno a crescere e a essere ancora più vicini ai bambini e alle loro famiglie.

Questo periodo di cambiamento è un'occasione per migliorare e per lavorare insieme affinché l'Associazione possa garantire un futuro ancora più solido e avvicinarsi alla propria Vision: realizzare il desiderio di ogni bambino affetto da una grave malattia, in cura negli ospedali italiani. Per raggiungere questo traguardo, ci impegneremo costantemente a migliorare l'efficienza dei nostri processi.

Tra le priorità strategiche dell'anno preso in esame, è emersa l'esigenza di introdurre la figura di un Direttore Generale, il cui ruolo è fondamentale per migliorare la pianificazione, ottimizzare la raccolta fondi e gestire in modo ancora più efficiente l'attività dell'Associazione. Questa scelta, sebbene abbia richiesto tempo e risorse economiche, comportando la diminuzione del budget disponibile sull'operatività, rappresenta un passo molto importante per rafforzare la struttura e raggiungere sempre nuovi obiettivi legati alla Missione.

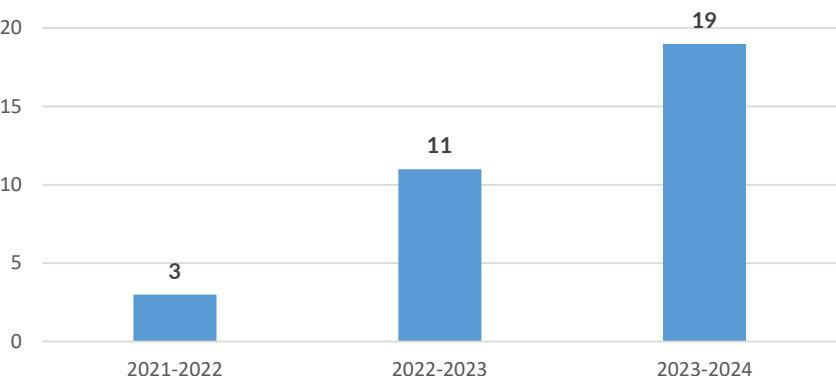
In generale, nonostante il 2024 sia un anno di transizione, l'attività sui desideri è rimasta sostanzialmente invariata. La lieve flessione è attribuibile al Progetto Polvere di Stelle, che era destinato ai bambini rifugiati, ricoverati negli ospedali italiani (13 contro 26 dell'anno precedente).



Sono lievemente cresciuti i desideri della tipologia “Vorrei essere”, in cui la fantasia del bambino spazia liberamente per trasformarsi nel proprio personaggio preferito; mentre i desideri che riguardano un viaggio, in particolare quelli internazionali, hanno subito un rallentamento sia per il minor budget a disposizione sia significativo incremento del costo dei viaggi. Sono sempre numerosi i desideri “Disneyland Paris”. Come lo scorso anno, l’organizzazione si basa su un calendario preciso stabilito da Disneyland Paris insieme a Make-A-Wish International. Nel 2024 sono stati utilizzati tutti i posti assegnati a Make-A-Wish Italia. Per quanto riguarda il costo medio wish, si conferma in linea con quello dell’anno precedente, **3.850€**

19
Wish Assist

Infine, durante questo anno fiscale, segnaliamo un aumento dei “Wish Assist”: 19 bambini provenienti dalle affiliate internazionali hanno ricevuto l’assistenza di Make-A-Wish Italia per realizzare il loro “desiderio italiano”, in particolare per partecipare a eventi sportivi o visitare le principali città d’arte del nostro Paese.



- Tipologia Wish Assist**
- Sports events
 - Tourist
 - Meet&Greet
 - Other
- Provenienza**
- Canada
 - Svizzera
 - Grecia
 - Austria
 - Francia
 - Uk

Ma l’Attività di Make-A-Wish Italia non riguarda solo i desideri realizzati. Al 30 settembre 2024 sono 148 i bambini impegnati nelle attività legate al “Wish Journey”. Si tratta dei bambini seguiti nelle Accademie o tramite programmi studiati ad hoc, a seconda del singolo desiderio. Puntiamo a rendere ogni percorso unico, in grado di lasciare un impatto profondo e duraturo, non solo sul bambino, ma anche sulla sua famiglia e sulle persone che lo circondano. Ed è questa convinzione che ci guida, anno dopo anno, nel perseguimento della nostra Missione.



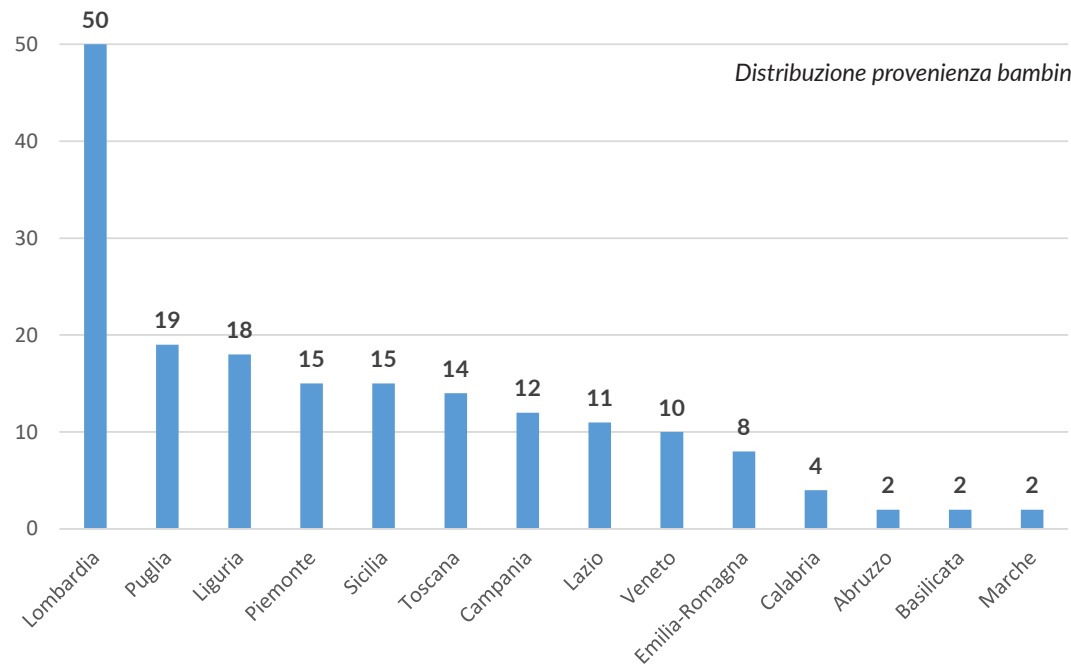
“Vorrei essere scienziato per un giorno”
Elias, 10 anni, Sindrome di Loeys-Dietz



PROVENIENZA SEGNALAZIONI

Make-A-Wish Italia è un punto di riferimento per gli ospedali pediatrici di tutto il territorio nazionale. Gli ospedali e le Case Famiglia sono luoghi dove i bambini e le loro famiglie vengono a conoscenza dell'attività dell'Associazione, tramite medici, infermieri, assistenti sociali e in alcuni casi attraverso il passa parola dei genitori e le attività di comunicazione.

Nell'anno fiscale 2024 la provenienza dei bambini, fatta eccezioni per gli stranieri (15% del totale) è distribuita su quasi tutto il territorio nazionale, con un picco in Lombardia. Le regioni non presenti sul grafico (Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Molise, Umbria e Sardegna) corrispondono ad una minor conoscenza territoriale di Make-A-Wish Italia e la conseguente presenza di volontari. Obiettivo per il futuro è quello di lavorare costruendo una maggiore consapevolezza a livello territoriale e una rete sempre più capillare per raggiungere ogni angolo d'Italia.





41

Ospedali

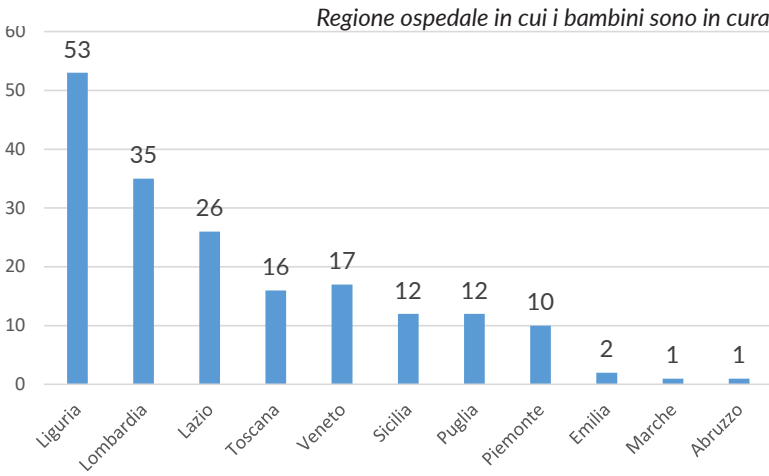
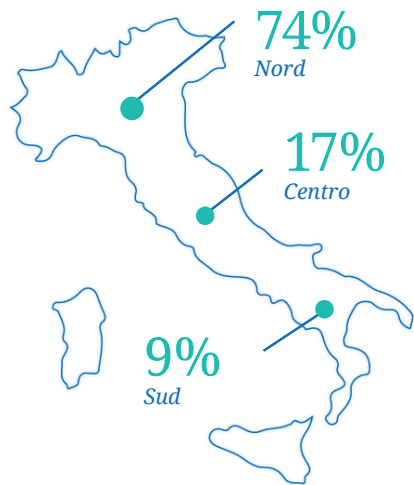


16

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.

Per quanto riguarda gli ospedali in cui sono in cura, è da sempre l'Istituto Giannina Gaslini di Genova quello da cui proviene la percentuale più alta di segnalazioni (26%) seguito dall'Ospedale Bambino Gesù di Roma (12%). La regione Lombardia, con



più di un ospedale pediatrico sul territorio, si posiziona al secondo posto in questo grafico. Nelle prime tre regioni, infatti, sono in cura la maggior parte dei bambini provenienti da tutto il territorio nazionale. Molte famiglie si trasferiscono dalle loro regioni di appartenenza alla ricerca di centri di cura specialistici per la patologia del proprio figlio.

Dettaglio dei principali Ospedali in cui i bambini sono in cura

Ist. Giannina Gaslini (Genova)	26%	Policlinico di Bari	5%
Bambin Gesù	12%	Istituto dei Tumori (milano)	5%
Meyer Firenze	6%	Osp. Regina Margherita (Torino)	4%
Policlinico di Catania	6%	San Gerardo (Monza)	4%

IL 3.000 DESIDERIO

Make-A-Wish Italia quest'anno ha celebrato un traguardo straordinario: il suo tremillesimo desiderio esaudito. Viola è la protagonista di questo desiderio: una giovane ragazza di 15 anni che ha trovato nuova luce dopo un percorso terapeutico lungo e doloroso a causa di un osteosarcoma.

Viola è sempre stata una bambina allegra e spensierata con una grande passione per la danza. E poi, un giorno di qualche anno fa, stava per esibirsi sul palco, quando ha sentito un dolore lancinante e ha scoperto di essersi rotta una gamba. Da quel momento tutto è cambiato: la corsa in ospedale, la diagnosi di tumore, le cure, gli interventi, la sua vita viene stravolta dalla malattia. Il tempo passa e lei si sente sempre più debole e indifesa. Lontana dalla sua routine e dalle sue passioni, si sente osservata più per la sua malattia che per la sua vera essenza. **“La mia bambina è emotivamente sopraffatta da questa situazione – ci aveva scritto la mamma nella sua lettera di segnalazione – mi piacerebbe vederla di nuovo spensierata e felice”.**

E così, quando Make-A-Wish è entrata nella sua vita, la scintilla di speranza capace di portarla lontano dal dolore della malattia, è diventata una promessa. Quel giorno Viola era di nuovo felice, non vedeva l'ora di poter parlare di un sogno molto speciale che conservava nel cuore: vivere un'avventura senza confini all'Europa-Park. **“Il potere di un desiderio in situazioni difficili può davvero aiutare, perché ti fa vedere il tuo percorso non così pesante e ti regala momenti di spensieratezza”** - Ha raccontato Viola - **“Quando mi hanno detto che sarei partita ero elettrizzata, non vedevo l'ora di vivere questa esperienza. Questo desiderio ha concluso il mio percorso di malattia in modo positivo. Ora sono più felice, estroversa e fisicamente sto molto meglio: riesco a camminare e a volte provo anche a ballare!”.**

Ogni desiderio esaudito è molto più di un momento di felicità: è una scintilla che accende la speranza, una carezza nel mezzo di un percorso fatto di dolore e solitudine, un'opportunità per ricominciare. Per molti bambini e ragazzi, come Viola, rappresenta un cambiamento profondo. Il traguardo del tremillesimo desiderio realizzato non è solo un numero, ma un simbolo potente che coincide con il ventesimo anniversario dell'Associazione.

È la prova di quanto la Missione di Make-A-Wish possa avere un ruolo essenziale nel trasformare la vita di tanti bambini, ragazzi e delle loro famiglie.



“Vorrei andare all'Europa Park”

Viola, 15 anni, osteosarcoma



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.

23%



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.

5%



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.

56%



“Vorrei vedere gli animali”

Alberto, 5 anni, Leucemia





IL WISH JOURNEY

Il "Wish Journey" è parte integrante dell'attività di Make-A-Wish: un percorso unico e personalizzato, pensato per mantenere il bambino focalizzato sul suo desiderio, dal momento della prima intervista con i volontari fino alla realizzazione. Questo percorso crea occasioni di gioia e aspettativa che arricchiscono la vita del bambino e rappresentano un faro luminoso nel suo cammino, spesso segnato da difficoltà legate alla sua condizione medica. Il WJ si sviluppa in tre fasi:

- **La Scoperta:** Il viaggio inizia quando il bambino riceve la "wish box", che lo aiuta a fantasticare sul suo desiderio, e prosegue con l'incontro, durante il quale i volontari ascoltano il bambino e lo stimolano a focalizzarsi su qualcosa di positivo e speciale.
- **Preparazione e Coinvolgimento:** Una volta identificato il desiderio, inizia la pianificazione. Durante questa fase, il bambino viene coinvolto in attività e momenti legati al desiderio, che lo mantengono motivato e lo aiutano a vivere con entusiasmo l'attesa.
- **Realizzazione del Desiderio:** La tappa culminante è la realizzazione del desiderio, un evento unico che regala gioia pura e momenti di felicità che il bambino e la sua famiglia possono conservare nel tempo.
- **L'Effetto a Lungo Termine:** Anche dopo la realizzazione, il ricordo del desiderio e delle emozioni vissute continua a sostenere il bambino e la sua famiglia. Si trasforma in una forza che li aiuta a superare le sfide con maggiore determinazione e speranza.

Nell'ambito del Wish Journey, durante il lock down, sono nate le Accademie Make-A-Wish.

Nel tempo, le Accademie hanno subito un processo di miglioramento continuo e oggi rappresentano una parte essenziale dell'attività, rafforzando il raggiungimento dell'obiettivo di missione: accompagnare il bambino nel suo percorso di malattia attraverso stimoli positivi, fino alla realizzazione del suo desiderio. Le Accademie sono un insieme di attività, giochi e momenti di condivisione che coinvolgono non solo i bambini e le loro famiglie, ma anche il Team dei Volontari e le Wish Coordinator, creando un legame continuativo e profondo tra tutti i protagonisti del desiderio.

Ogni Accademia è incentrata su una specifica tipologia di desiderio, permettendo un'esperienza unica e personalizzata. Per le bambine che desiderano incontrare le principesse Disney c'è l'Accademia delle Principesse; per i bambini che aspettano il loro supereroe, c'è l'Accademia dei Superkids. A queste si affiancano: Il Club dei Viaggiatori, dedicato a chi sogna un viaggio; MAW League per i desideri che riguardano il calcio;

l'Accademia di Silente per gli appassionati di Harry Potter; e il Fan Club, riservato a chi desidera incontrare il proprio idolo. Nel 2024 è stata inaugurata una nuova Accademia: l'Accademia Reale, dedicata a bambini e bambine che coltivano la passione per principi e principesse.

Durante il periodo analizzato in questo bilancio, ben 102 bambini hanno partecipato alle Accademie, un dato che segna un incremento di oltre il doppio rispetto all'anno precedente. Parallelamente, i tempi di permanenza si sono ridotti grazie a una significativa diminuzione dell'attesa tra l'intervista e la realizzazione del desiderio. Il percorso in Accademia prevede un ciclo continuo, in cui i bambini entrano in attesa di realizzare il loro wish, ed escono quando tutto è pronto per la realizzazione.

Ogni anno ci impegniamo a perfezionare le Accademie, rendendole un pilastro fondamentale per mantenere vivo il contatto con i "nostri" bambini. Nel 2024, abbiamo introdotto attività di gioco studiate appositamente per i bambini con difficoltà verbali e motorie, potendo così accogliere un numero ancora maggiore di bambini. Inoltre, in alcuni casi, le attività delle Accademie sono state estese anche ai fratelli e alle sorelle, che pur non essendo direttamente coinvolti dalla malattia, vivono ogni giorno le difficoltà che questa comporta.

In un prossimo futuro il Progetto Accademie può diventare anche una proposta rivolta alle Aziende per supportare la Raccolta Fondi. Le Aziende possono partecipare attivamente, sostenendo i costi, ma anche coinvolgendo i propri dipendenti come volontari attivi, così come è previsto dall'iniziativa "Wish Challenge".





“Grazie a
Make-A-Wish,
mentre tu sei
nell'inferno succede
qualcosa
di meraviglioso.
E quel giorno
la malattia non esiste

Maria Angela
mamma di Bruno, 12 anni, medulloblastoma



LA RACCOLTA FONDI

1.367.2548€
(+2,2%)

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 2023, il 2024 conferma il risultato dell'anno precedente con un aumento generale del 2,2%, ma con una diversa ripartizione: le entrate istituzionali e le attività diverse commerciali diminuiscono rispettivamente del 10% e del 30%, a fronte dell'aumento dell'attività di raccolta fondi che cresce del 90% e dell'attività finanziaria pari al 360%,

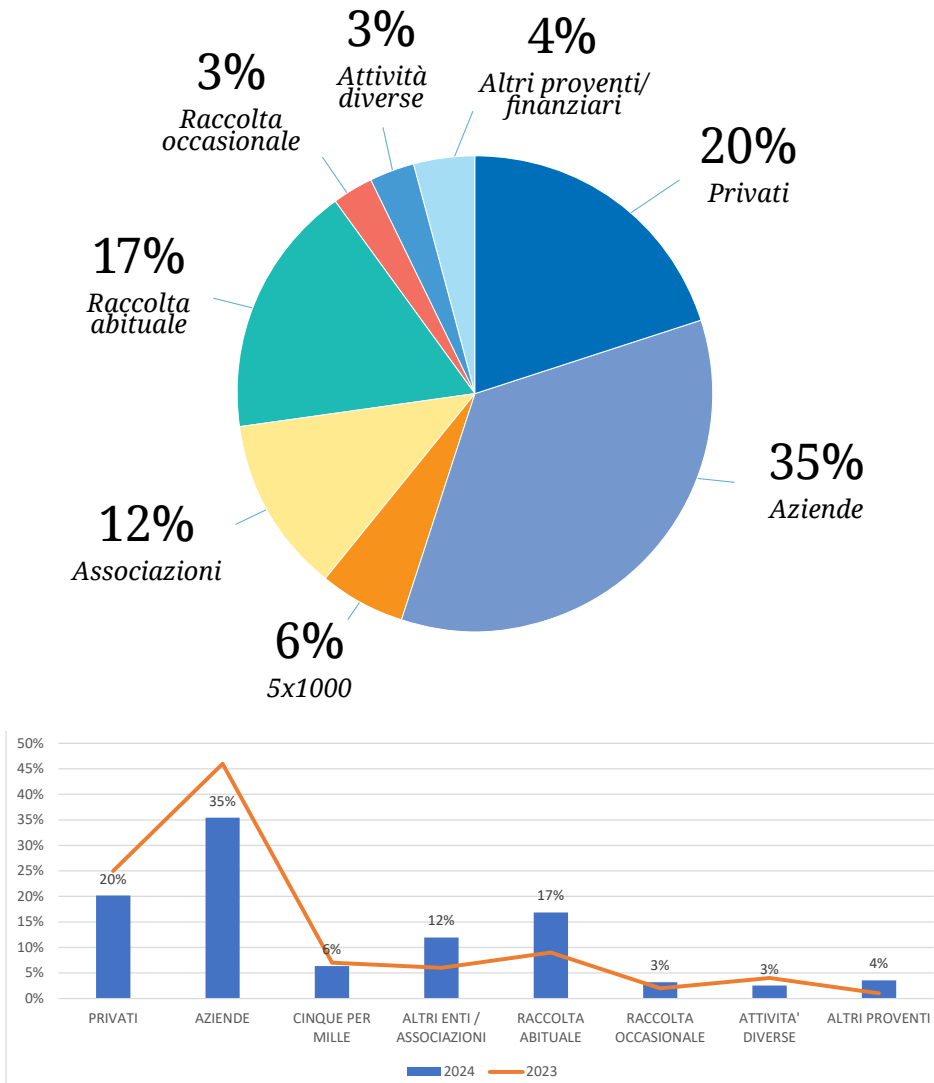
Il calo delle entrate istituzionali e dell'attività commerciale è dovuto in parte alla diminuzione dell'attività corporate, riconducibile alla flessione delle donazioni e / o alla perdita di alcuni importanti partner e, con riguardo alle donazioni dei privati, alla perdita di un importante donatore che nell'anno 2022/2023 ha contribuito con una donazione che ha inciso per una percentuale significativa sul totale dell'anno.

L'importante aumento dell'attività di raccolta fondi abituale mediante cessione di beni di modico valore unitario è principalmente dovuto all'inserimento di un panettone di qualità semi artigianale, brandizzato

	2024 1 ott 23 - 30 sett 24	2023 1 ott 22 - 30 sett 23	
TOTALE RACCOLTA FONDI	1.367.254	€ 1.337.288	2,2%
A - ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE	1.018.299	€ 1.135.152	-10,3%
- PRIVATI	275.800	€ 338.338	-18,5%
- AZIENDE	484.192	€ 615.686	-21,4%
- ALTRI ENTI / ASSOCIAZIONI	163.542	€ 80.035	104,3%
- CINQUE PER MILLE	86.958	€ 95.522	-9,0%
- ALTRI PROVENTI	7.807	€ 5.571	40,1%
B - PROVENTI DA ATTIVITA' DIVERSE	34.466	€ 48.596	-29,1%
C - PROVENTI DA ATTIVITA' DI RACCOLATA FONDI	274.010	€ 144.586	89,5%
- ABITUALE (VENDITA ONLINE)	230.662	€ 114.451	101,5%
- OCCASIONALE	43.348	€ 30.135	43,8%
D - PROVENTI FINANZIARI	39.833	€ 8.661	359,9%
E - PROVENTI DI SUPPORTO GENERALE	€ 647	€ 293	120,7%

Make-A-Wish, che ha attirato l'interesse di alcune grosse aziende che lo hanno utilizzato per i regali di Natale ai propri dipendenti; il panettone, unito agli altri prodotti di qualità, curati nei minimi dettagli, hanno permesso la crescita significativa della raccolta.

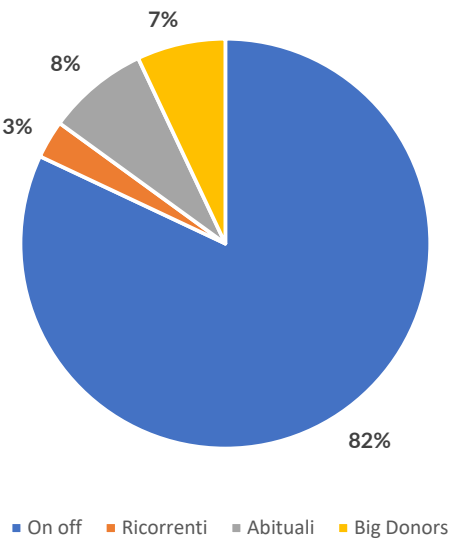
Il significativo aumento dei proventi finanziari ha riguardano l'adeguamento positivo dei titoli in portafoglio rispetto al 30 settembre dell'anno precedente, imputabile ad una ripresa dei mercati finanziari globali ai livelli prima della pandemia e della guerra in Ucraina.



DONATORI PRIVATI

Il supporto dei donatori individuali è fondamentale per garantire la sostenibilità dell'Associazione e per la realizzazione dei suoi progetti: rappresenta il 20% sul totale della raccolta fondi.

Rispetto allo scorso anno fiscale la raccolta fondi totale individuals ha subito un decremento del 18,5%, dovuto principalmente al venire meno di una consistente donazione one off (pari a 80K). In termini numerici invece il numero totale dei donatori privati è aumentato complessivamente del 60%.



Nel corso del 2024 è inoltre proseguito il processo di mappatura dei donatori con lo scopo di pianificare con maggiore precisione le strategie di sensibilizzazione. I donatori privati risultano un totale di 1.466 suddivisi in diverse fasce secondo la frequenza e l'importo del loro contributo. Le donazioni frequenti e quelle legate alle grandi donazioni rappresentano un segno tangibile della crescente fiducia nella missione, mantenendo una percentuale di incidenza costante ed in lieve aumento: ricorrenti (donazione mensile) 3%, abituali 8% (con in media 2 donazioni annue), Big Donors 7%.

Se da un lato gli strumenti che hanno contribuito a consolidare la fiducia dei donatori per garantire maggiore sostenibilità alla Missione sono da rintracciare in una gestione attenta del processo di Donor Journey: il contatto personale e diretto con messaggi personalizzati,



€275.800
(-18,5%)



1.466
donatori
(+60%)

la condivisione di testimonianze e immagini in un ottica di massima concretezza e trasparenza, dall'altro, l'acquisizione dei nuovi donatori è legata ad un incremento delle attività di comunicazione istituzionali e in occasione delle principali campagne di raccolta fondi.

Le strategie messe in campo hanno infatti permesso di accrescere l'interesse nei confronti della Missione, portando nuovi e preziosi contatti. Con il supporto del nuovo sito web, inoltre, è stato possibile strutturare nuove azioni digitali che, con specifici obiettivi e con strumenti di tracciamento, hanno offerto nuove opportunità di awareness e di donazione (es Cancer Month, adozione desiderio...)

La formula dell'adozione del desiderio, che da sempre suscita grande interesse per la sua concretezza, immediatezza e vicinanza ai bambini, ha subito una lieve flessione in termini percentuali 45% (-4%). Le possibili motivazioni sono legate all'adesione ad altre tipologie di progetto offerte dall'Associazione o ad una maggiore fidelizzazione che porta ad optare per una donazione generica a sostegno della Missione.

Per il prossimo anno, l'obiettivo è sia quello di convertire i donatori one-off in donatori ricorrenti ed incentivare il passaggio alla donazione regolare, sia il monitoraggio e l'ottimizzazione di tutto il processo di donor journey per migliorare la segmentazione ed aumentare l'efficacia del processo di conversione.

AZIENDE



€ 685.269
(-21%)

L'area corporate rappresenta uno degli ambiti fondamentali per il sostegno alle attività di Make-A-Wish Italia e per garantire stabilità nel lungo periodo.

L'Associazione offre alle Aziende numerose opportunità di collaborazione, pensate su misura per rispondere alle loro esigenze e valorizzare il loro impegno sociale. Tra queste rientrano le adozioni dei desideri, che consentono alle Aziende di stabilire un'esperienza di vicinanza con i bambini e le loro famiglie; le attività di coinvolgimento dei dipendenti, come il programma Wish Challenge, o percorsi di volontariato aziendale come il payroll giving. Altra possibilità per le aziende è quella di contribuire tramite azioni in kind, donando prodotti o servizi utili alla realizzazione dei desideri o al supporto organizzativo dell'Associazione. Infine, Make-A-Wish Italia riceve il supporto di Partner Globali, gestiti per tutte le Affiliate dalla Fondazione Internazionale.

L'ultimo anno ha registrato una decrescita della raccolta fondi corporate del 21%, imputabile in parte al contesto nel quale operiamo. Nel corso del 2024, dopo i fatti di cronaca che hanno visto coinvolte realtà non profit e commerciali, abbiamo osservato una situazione di prudenza generale da parte delle Aziende nell'intraprendere operazioni al consumatore e nelle attività di comunicazione. Anche le richieste di adozioni, diversamente dagli scorsi anni, hanno avuto un calo.

Nel 2024 sono stati ulteriormente rafforzati alcuni contatti storici e confermate iniziative che ormai si ripetono da diversi anni, dall'adozione di un desiderio alle iniziative di team building, iniziativa che di anno in anno richiama un interesse crescente. E' tuttavia scesa la tendenza da parte delle Aziende nel sostenere attraverso donazioni liberali.

Make-A-Wish Italia, inoltre, si è molto concentrata nella promozione di campagne stagionali (Natale, Pasqua, Milano Marathon), iniziative che, seppur importanti e che hanno riscontrato grande interesse e avuto successo, prevedono costi vivi da parte dell'Associazione, riducendo così il valore della donazione stessa.

Accanto alle forme progettuali più innovative che avvicinano nuove aziende, Make-A-Wish Italia può contare su una rete di Partner Istituzionali storici, che credono fortemente nella Missione e si dimostrano fedeli nel tempo, garantendo un contributo costante ed essenziale per il conseguimento degli obiettivi di Missione. Un legame di fiducia che rappresenta un pilastro su cui l'Associazione continua a costruire il proprio futuro.

Tra le collaborazioni più significative, segnaliamo:



Ryanair

Uno speciale Charity Flight di Ryanair dedicato esclusivamente ai bambini Make-A-Wish Italia.

Un'iniziativa che in occasione dei 25 anni dell'Azienda ha visto donare un'esperienza unica a 20 dei nostri wish children: una vacanza indimenticabile a Reus in Spagna, all'interno dei parchi Port Aventura e Ferrari Land.

Il consolidamento di un rapporto che dura da oltre 4 anni e che ha inoltre permesso di realizzare i desideri dei nostri bambini con importanti sostegni anche economici.

Disney Italia

Novembre 2024: Disney Italia ha deciso di dedicare a Make-A-Wish Italia l'anteprima italiana del film "Wish", come parte del costante del loro impegno nei confronti della Missione. L'evento che ha visto come ospiti speciali i bambini, le loro famiglie e i nostri volontari, in occasione dell'uscita del film Walt Disney Animation Studios rafforza, in Italia, la preziosa collaborazione che, da oltre 40 anni, unisce a livello internazionale Disney e Make-A-Wish.



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.

Tra queste citiamo la più impattante sia in termini di comunicazione sia di raccolta fondi



Mediafriends Onlus

Nel corso del 2024 la Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì e Mediafriends l'Associazione Onlus di Mediaset, Mondadori e Medusa, si sono unite per sostenere Make-A-Wish Italia.

Dal 24 febbraio al 30 giugno 2024 nelle sale dei Musei San Domenico di Forlì, è stata allestita la mostra "Preraffaelliti. Rinascimento Moderno" e grazie al prezioso contributo della Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì e alla vendita dei biglietti di ingresso, Mediafriends, l'Associazione Onlus di Mediaset, Mondadori e Medusa, ha sostenuto la realizzazione dei desideri dei nostri bambini con il progetto "Adotta un desiderio".

€ 90.000

WISH CHALLENGE



€ 21.956
(+80%)



Sempre più organizzazioni hanno compreso e confermano quanto importante sia dedicare risorse e tempo alla creazione di un sistema che massimizzi la produzione.

Perché una squadra sia efficiente è necessario che i suoi componenti si conoscano e sappiano comunicare. Lo scopo è proprio quello di sottolineare ai membri di un team quanto si completino a livello di conoscenze, personalità, competenze e ambizioni. Tale consapevolezza tende fidelizzare i collaboratori all'azienda, trattenendoli più a lungo e riducendo il turnover.

In risposta a questa esigenza sempre crescente da parte delle realtà aziendali, Make-A-Wish Italia ha continuato ad affinare la sua proposta di team building solidale. Forte della sua esperienza maturata negli anni e con chiare le necessità a cui rispondere, è stata in grado di promuovere con efficacia il progetto sviluppandone nuovi format che mantengano come principali focus gli elementi di concretezza, coinvolgimento, personalizzazione e flessibilità. Nel corso del 2024 sono state sviluppate 4 Wish Challenge, 3 delle quali da

parte di Aziende già sostenitrici che, con forza ed entusiasmo, hanno riattivato l'evento per la seconda volta. L'Associazione, inoltre, ha visto applicato sul campo il suo nuovo format, la Wish Box Challenge: il team building solidale 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) e che permette di sperimentare, con creatività, una delle prime fasi della realizzazione di un desiderio proprio come fanno i bambini.

Nel corso del 2024, i contenuti legati alla promozione delle attività di Team Building hanno avuto particolare successo nell'ambito delle attività di comunicazione digitale (su LinkedIn e Google ADS). La loro efficacia è stata dimostrata dal gran numero di richieste ricevute e dall'acquisizione di nuovi contatti. Si rende tuttavia necessario uno sforzo in più per convertire gli interessati in sostenitori concreti.



5

Wish Challenge

In termini di raccolta fondi il risultato ottenuto è stato positivo rispetto all'anno precedente (+21% nell'ambito dei "ricavi per prestazioni e cessione a terzi" - sezione B)

Se si considera, poi, che la raccolta fondi legata al progetto si compone anche di una parte di donazione connessa all'adozione di un desiderio, l'impatto totale dell'operazione vale anche di più. Per 3 su 4 Wish Challenge avvenuti nel 2024 è stato adottato almeno un desiderio (costo medio 3.850€)

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.



wish box realizzata durante la Wish Box Challenge



€ 80.774
(+23%)

PARTNER INTERNAZIONALI

Make-A-Wish International supporta le affiliate nella loro strategia di crescita, collabora nella ricerca di nuove opportunità internazionali e per consolidare i rapporti esistenti nel tentativo poi di trasformarli in partnership durature e di più ampio respiro. Essere parte una fondazione internazionale rende infatti Make-A-Wish interessante alle grandi realtà, genera un sentimento di fiducia e garantisce stabilità nel tempo.

Nel 2024 sono state diverse le iniziative di successo portate avanti. Tra queste citiamo quelle che hanno avuto un maggiore impatto in termini di raccolta fondi:

Porsche Dreamer Stories: operazione globale della durata di 3 anni, iniziata l'anno precedente, promossa da Porsche AG che vede il sostegno delle affiliate Make-A-Wish attraverso l'adozione di desideri e attività comunicazione. **Valore operazione 23.133€**

The Walt Disney Company ha rinnovato il suo sostegno:



Con una grande campagna internazionale, lanciata per celebrare il suo 100° anniversario, Disney ha invitato creativi di fama mondiale per realizzare opere d'arte, oggetti e offrire esperienze speciali ispirate al loro legame con le storie e i personaggi Disney. Meravigliose creazioni sono state messe all'asta a favore di Make-A-Wish. **Valore operazione 26.000€**



In occasione dell'anniversario e dell' uscita del film di animazione Wish, ispirato proprio allo storico rapporto con Make-A-Wish a livello internazionale, oltre al sostegno dedicato alla realizzazione dei desideri, ha visto anche coinvolto Mattel in operazione legata alla vendita sul loro shop

Valore operazione Disney 16.000€ Mattel 2.996€

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).



5X1000



€ 86.957
(-8%)

I dati disponibili (relativi al 2022) registrano ancora una volta un lieve decremento sia per quanto riguarda il numero delle scelte sia per il conseguente impatto in termini di raccolta fondi.

Anno campagna	2022	2021	%
Numero scelte	1.689	1.803	- 6%
Importo Raccolta	86.957€	95.522€	- 8%

Questo dato può essere legato a tre fattori principali: alla forte attenzione dei contribuenti ai temi emergenziali in materia geopolitica, all'aumento degli enti del terzo settore beneficiari del 5x1000, al fatto che le campagne di comunicazione messe in atto negli ultimi hanno porteranno i primi risultati nel medio/lungo temine.

La decisione dell'Associazione in merito alla pianificazione della campagna successiva è stata quella proseguire con la strategia degli ultimi anni, investendo in termini di comunicazione e pubblicità con lo scopo di invertire il trend.

La campagna 2024 si è infatti strutturata seguendo le basi gettate dalla precedente: Iniziative di promozione territoriale attraverso affissioni, stampa e iniziative digital. Maggiore condivisione nel tentativo di generare maggiore consapevolezza anche tra i volontari e le wish families, potenti amplificatori del messaggio Make-A-Wish.



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 hanno mantenuto un trend positivo di crescita tale da consentire nuovi investimenti 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 un nuovo spazio dedicato e il mantenimento di una risorsa dedicata alla gestione della logistica.

Nello specifico si è ampliata l’offerta di prodotti solidali all’interno dello shop on line.

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. A questo proposito sono stati ideati e proposti progetti di co-branding dei prodotti solidali e di partnership nella distribuzione dei doni solidali come premialità da parte di alcune aziende.

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. Anche l’attenta selezione dei servizi offerti dai corrieri contribuisce alla riduzione dei costi di gestione che si è attuata quest’anno.

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.





NATALE SOLIDALE

Il Natale si riconferma anche quest’anno il momento più importante per la raccolta fondi di Make-A-Wish Italia: le persone sono più sensibili e più propense a donare, anche se il trend generale inizia a subire un lieve calo rispetto al passato.

Adottare un desiderio rimane 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 inoltre si confermano ancora una volta una delle modalità più efficaci 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 di raccolta fondi generale di lieve flessione (-3%), che tuttavia permette di considerare il risultato in linea con quello dell’anno precedente. Si è invece registrata una crescita di oltre il 100% nell’ambito dei doni solidali e dello shop.

RACCOLTA FONDI TOTALE

2022	2023	
€ 435.701,83	€ 423.228,45	-3%

RACCOLTA FONDI SHOP

2022	2023	
€ 60.778,61	€ 148.644,30	+144%

Per quanto riguarda l’attività dello shop, il risultato può essere in parte attribuito all’introduzione di doni natalizi personalizzati Make-A-Wish, prodotti selezionati di alta qualità di produttori leader nel settore dolciario, che sono stati fortemente apprezzati dai donatori.

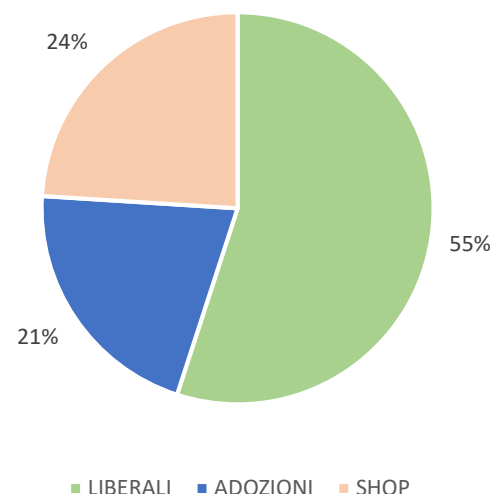




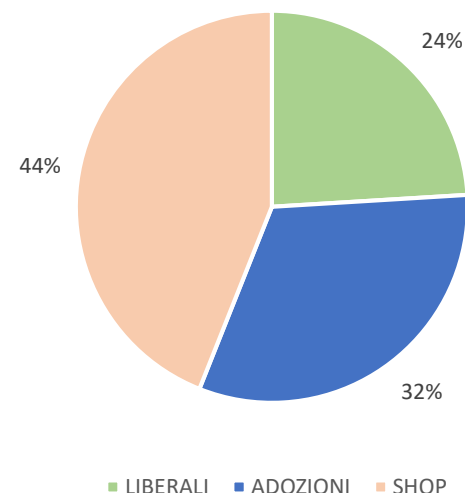
Nonostante il contributo dei donatori privati sia in linea con quello dell'anno precedente, la grande crescita in termini di donazioni, nell'ambito della campagna Natalizia, è da imputare alle operazioni Corporate legate al coinvolgimento. In particolare l'eccezionale coinvolgimento di una di esse che ha visto oltre 1.300 dipendenti ricevere i doni solidali natalizi Make-A-Wish.

La campagna Natalizia Make-A-Wish può essere principalmente suddivisa in tre aree di donazione: donazioni liberali a sostegno della Missione, adozioni dei desideri, progetti legati allo shop solidale.

DONATORI PRIVATI



CORPORATE



Dai grafici è possibile osservare come il mix della tipologia di donazione sia differente tra Privati e Corporate. Le ragioni sono sicuramente da identificare nelle strategie di attivazione e di comunicazione. Le azioni di comunicazione, che si concentrano prevalentemente proprio nel periodo Natalizio, sono in misura maggiore dedicate ai donatori privati con l'obiettivo di far conoscere la Missione. Le iniziative programmate e progettate sui canali digital Associazione sono poi anche supportate ogni anno da numerosi spazi pubblicitari offerti pro-bono da TV, Radio e stampa che portano i nuovi donatori ad avvicinarsi alla nostra realtà, spesso con una piccola donazione one off o con una richiesta d'informazioni rispetto alla realizzazione dei desideri.





UOVA DI PASQUA

Nel 2024 si consolida la campagna pasquale, lanciata per la prima volta nel 2022, potenziandola attraverso specifiche attività di comunicazione online e sul territorio attraverso i nostri volontari e ampliando il target alle scuole e alle associazioni.

Per il secondo anno è stata inoltre realizzata una sorpresa brandizzata Make-A-Wish, decisione volta ad aumentare il valore del prodotto attraverso la personalizzazione.

I risultati ottenuti, nonostante il decremento del 9% rispetto allo scorso anno (nel 2023 un'azienda farmaceutica aveva acquistato circa 1/3 del totale delle uova) inducono a continuare su questa strada, declinando il progetto in modo personalizzato rispetto alle esigenze corporate e promuovendolo rispetto alle varie realtà associazionistiche e sportive.

In particolare ci si focalizza su eventi già strutturati ed organizzati da terzi con un target di riferimento in linea con il progetto e la missione (famiglie con bambini)



47.790€
raccolta fondi
(-9%)

4.733
Uova
(-14%)

	Raccolta fondi	Uova distribuite
2023	56.221 €	5.508
2024	47.790 €	4.733

EVENTI ESTERNI



€ 101.008
(+100%)

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 2024 sono da considerarsi ormai un appuntamento fisso e molto atteso. Tra questi il tradizionale Make-A-Wish Golf Trophy di Rapallo, giunto alla sua 19a edizione, Il torneo di beneficenza al circolo Golf di Camuzzago, l'evento Ride for Alessia, 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 quattro eventi:

- Concerto Insieme per un Sogno, organizzato da Associazione Cuore di Bambino Onlus (Roma): Serata concerto tenutasi presso il Teatro Ghione a Roma. **Ricavi 8.700€**
- Dance Follies: serata musicale a offerta libera, organizzata da alcuni volontari milanesi presso il Circolo Canottieri San Cristoforo Milano (Navigli). **Ricavi 5.380€**
- Cena natalizia "Omaggio a Ennio Morricone" promossa da Manageritalia Piemonte e Valle D'Aosta: cena con spettacolo di beneficenza con raccolta fondi a favore di Make-A-Wish Italia presso il teatro Alfieri di Torino. **Ricavi 3.000€**
- Ballo della Rosa: serata di ballo con le artiste Alter Echo String Quartet organizzata dal Lions Club di Sestri Levante. **Ricavi 3.250€**

Il considerevole aumento dei ricavi rispetto allo scorso anno è in parte da attribuirsi ad alcuni eventi privati (anniversari e matrimoni) che, organizzati come raccolte fondi, hanno offerto non solo importanti ricavi (65.000€), ma hanno anche confermato le grandi potenzialità di sviluppo del settore di fundraising legato a occasioni ed eventi speciali (soprattutto legati al confezionamento delle bomboniere solidali)

Il nostro obiettivo è quello di potenziare quest'area in generale, sensibilizzando i volontari la cui rete di



relazioni personali e professionali possiede un enorme potenziale in termini di bacino di raccolta fondi (organizzazione di piccoli e grandi eventi a tema musicale, sportivo e ludico) e fornendo loro un supporto operativo costante.

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 2024 sono stati 3 e hanno portato risultati positivi in termini di raccolta fondi, di responsabilizzazione dei volontari e di awareness.

- L'evento Milano Marathon ha portato quest'anno un risultato record. Oltre a due importanti raccolte fondi promosse dai fondatori e da un membro del board. E' stata sviluppata inoltre una strategia di comunicazione più efficace legata all'adozione dei desideri.
- Il Wish Market, il mercatino vintage giunto alla sua 3° edizione, invece, pur con un buon risultato in termini di ricavi, ha riscontrato una flessione, dovuta in parte alla minor attrattiva dei prodotti offerti, un aumento importante del costo vivo della merce e il conseguente prezzo al pubblico meno interessante. Certamente un evento da riproporre ma con nuove modalità di prodotti offerti, coinvolgendo anche altre realtà commerciali. **Ricavi 7.558,80€**
- L'evento World Wish Day si conferma il principale evento di awareness dell'anno.

CHARITY RELAY MARATHON

La Milano Marathon, uno degli eventi sportivi solidali più attesi dell'anno, rappresenta sempre di più per Make-A-Wish Italia un momento fondamentale per raccogliere fondi e sensibilizzare il pubblico sulla sua missione. La Milano Marathon è un'occasione preziosa per unirsi e fare squadra, un'opportunità anche per le Aziende di coinvolgere i loro dipendenti in un'attività di Team Building solidale.

L'edizione 2024 è stata un grande successo. Grazie all'impegno e all'energia di tutti coloro che hanno partecipato all'organizzazione, si è conquistato un risultato eccezionale, sia per quanto riguarda la raccolta fondi (raddoppiata rispetto all'anno precedente), sia nel raggiungere l'obiettivo di contenimento delle spese.

Il cuore pulsante della maratona è stato il coinvolgimento di numerosi team nella staffetta solidale. Squadre di sostenitori, amici, volontari, persone dello staff si sono unite per supportare i desideri dei bambini. La campagna di comunicazione #CorriPerUnSogno, legata all'adozione dei desideri, ha rafforzato la motivazione dei partecipanti, creando un legame emotivo ancora più forte tra runner e bambini, e rendendo la raccolta fondi un'esperienza ancora più personale. Molti team hanno esteso il loro impegno anche oltre la corsa, con la loro pagina di raccolta fondi sulla piattaforma Rete del Dono. Un'iniziativa che si è rivelata vincente per amplificare l'impatto dell'evento e raggiungere un pubblico ancora più vasto.



30.670€
raccolta
+100%



8.684€
costi

Il 2024 ha segnato un anno speciale per Make-A-Wish Italia: il 20° anniversario della sua attività. Per celebrare questo traguardo, i fondatori Fabio e Sune Frontani, insieme ai loro figli, hanno formato la loro squadra di famiglia per correre alla Maratona. Inoltre, hanno creato la loro pagina di fundraising su Rete del Dono in memoria della figlia Carlotta, divulgandola personalmente. E' stata un'esperienza toccante, che ha riscosso forte entusiasmo, moltissime adesioni e un'inaspettata cifra raccolta.

Il successo della Milano Marathon ci fa guardare al futuro. L'edizione 2024 è stata la dimostrazione di come insieme si possa fare la differenza e ci spinge, per la prossima edizione, a superare ogni traguardo raggiunto.



Milano
Marathon



Borgo di Portofino, Liguria



WORD WISH DAY

Il 29 Aprile è il giorno in cui Make-A-Wish celebra in tutto il mondo l'anniversario della sua fondazione: il World Wish Day. Nei diversi Paesi, è un momento di festa, ma è anche un'occasione significativa per divulgare l'awareness dell'Associazione.

In Italia, l'edizione 2024, ha raggiunto nuovi livelli di grandiosità. Negli anni passati, l'idea è stata quella di celebrare questo anniversario illuminando di blu un luogo simbolico. Un'iniziativa che ha riscontrato grande successo e che è stata ripetuta anche il 29 aprile 2024, quando i luoghi simbolo dell'Italia, trasformati in palcoscenico di spettacolari installazioni luminose, sono stati addirittura tre: il celebre e pittoresco Borgo di Portofino; Piazza De Ferrari, uno dei cuori pulsanti della città di Genova; e la facciata di Palazzo Chigi, prestigiosa sede del Governo italiano.

Queste installazioni, non solo hanno catturato l'attenzione, ma hanno anche permesso di sensibilizzare sulla missione di Make-A-Wish. Il successo del World Wish Day in Italia è stato amplificato da una strategica campagna sui canali social, che ha generato moltissime condivisioni.

Il World Wish Day si inserisce anche all'interno di una campagna globale più ampia: "Wish Maker", progettata per acquisire il sostegno di nuovi donatori, volontari e ambasciatori. Wish Maker mira a trasformare ogni sostenitore in un vero e proprio ambasciatore della causa di Make-A-Wish, incoraggiando tutti a diventare parte attiva della sua straordinaria missione.



Guarda
il video

Palazzo Chigi, Roma



Piazza De Ferrari, Genova





“

*Anche nei momenti
più brutti il sorriso
non deve mai mancare,
e grazie a Make-A-Wish
sicuramente io oggi
sono tornato a sorridere*



Raimondo, 15 anni, leucemia

LA COMUNICAZIONE

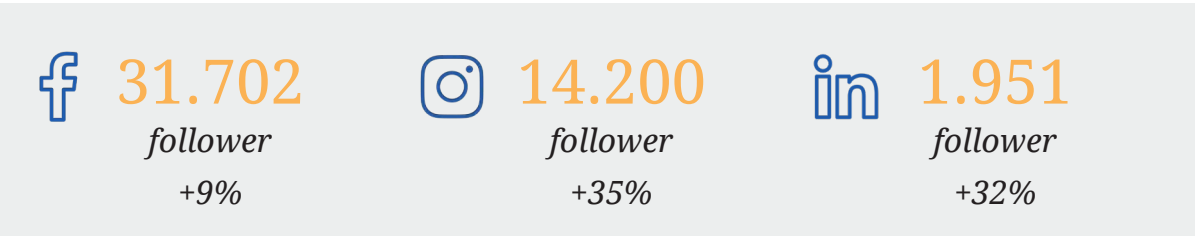
DIGITAL

Make-A-Wish Italia dedica alle attività di comunicazione sempre particolare attenzione. I canali digitali dell'Associazione rappresentano un'importante risorsa per trasmettere i valori più profondi della Missione, per aumentare l'awareness e per ampliare il numero dei donatori.

Con l'attenzione alla gestione delle spese che da sempre ha caratterizzato le scelte anche in ambito di comunicazione, il 2024 ha confermato la strategia e gli investimenti dell'anno precedente poichè considerati rispondenti alla necessità e positivi in termini di risultato. In uno scenario sempre più competitivo sul tema della raccolta fondi e considerato che le attività di comunicazione producono effetti nel medio e lungo termini, è assolutamente fondamentale non abbandonare la strada intrapresa.

L'impatto delle storie raccontate è da sempre uno dei punti di forza della comunicazione social dell'Associazione. Con l'obiettivo di potenziare ulteriormente questo aspetto la maggior parte dell'operatività è stata dedicata alla creazione di contenuti visivi d'impatto, prevalentemente video, che hanno confermato su tutti i canali una tendenza positiva.

Linkedin (+32%) e Instagram (+35%) un po' per la natura stessa del canale, un po' per l'investimento in termini contenuti ed economici e hanno registrato la crescita maggiore.



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.

Anche nel 2024, 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 dall'analisi dei dati, sono state implementate nuove modalità di tracciamento più efficaci, sono stati eseguiti A/B test per comprendere le reazioni dei target ai diversi contenuti proposti, sono state studiate campagne con obiettivi differenziati. volte in parte volte all'acquisizione di nuovi follower, in parte alla conversione in donazione.

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.

Tra le campagne di comunicazione digital più rilevanti possiamo certamente citare quella dedicata a mese di sensibilizzazione sul cancro infantile, promossa a livello internazionale e sviluppata con azioni specifiche a livello locale. Rispetto all'anno precedente ha permesso di aumentare la visualizzazioni di oltre il 30% su Instagram, >100% su Facebook. Con la definizione di contenuti specifici e Call to Action chiare e mirate, con anche il supporto dello strumento newsletter, la campagna ha portato a oltre 2000€ di donazioni (+40%) rispetto all'anno scorso.

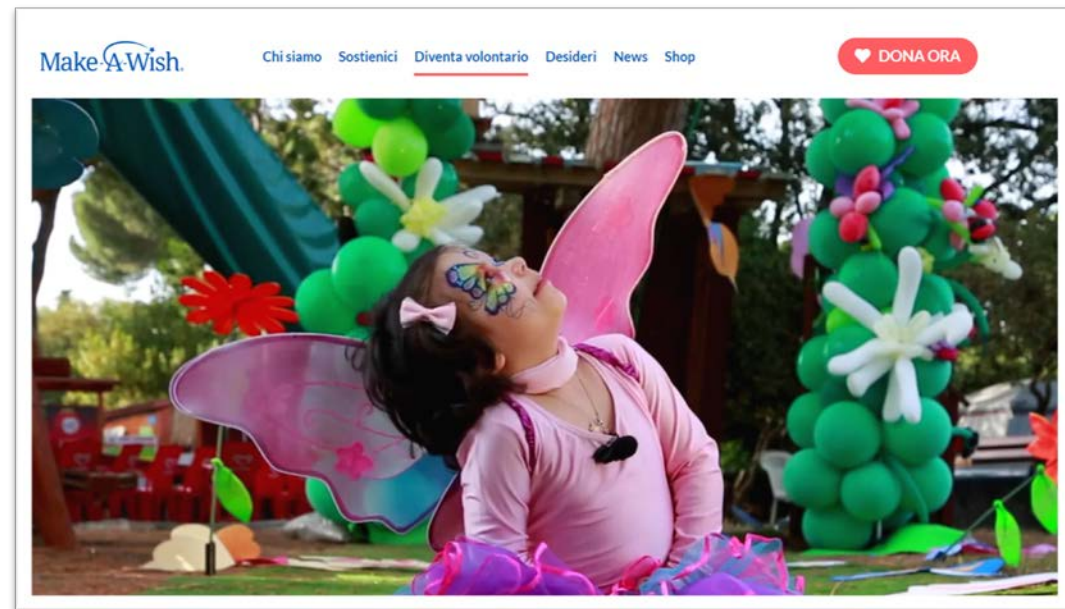
Queste iniziative sono la dimostrazione che un programma digitale ben strutturato, contenuti efficaci e gli investimenti per la promozione, possono portare risultati non solo in termini di awareness ma anche di raccolta fondi.



NUOVO SITO WEB

Dopo quasi 10 anni dal precedente restyling, a Dicembre 2023, Make-A-Wish ha lanciato il suo nuovo sito online proprio in occasione campagna Natalizia.

Il nuovo design pensato per offrire una navigazione piacevole e per rendere più accessibili le informazioni, l'elaborazione di contenuti inediti, la semplicità di navigazione anche da smartphone, oltre allo studio integrato di nuove funzionalità, hanno richiesto due anni di lavoro e il coinvolgimento di un piccolo ma molto professionale team di collaboratori esterni in aggiunta allo staff.



I risultati dell'attivazione del nuovo sito web non hanno tardato ad arrivare.

Il numero degli iscritti alla newsletter è salito da 6.000 a 7.200 contatti, sono inoltre aumentate le donazioni digitali a sostegno dei desideri pubblicati sul sito web e promossi tramite azioni social.

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 2024, 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.

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.

LE SPESE

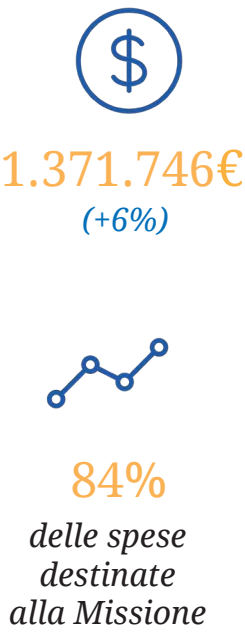
Nell'anno fiscale 2023-2024 la sezione “Oneri e Costi” del bilancio di Make-A-Wish Italia ha mantenuto il trend dello scorso esercizio fiscale continuando a realizzare i desideri accantonati negli anni precedenti e nel contempo realizzando i nuovi desideri relativi a donazioni dell'anno in corso: 213 desideri contro i 228 dell'anno precedente.

A partire dal mese di aprile, i costi di funzionamento sono aumentati a seguito dell'assunzione del Direttore Generale dell'Associazione. Questa decisione è stata presa per supportare l'espansione delle attività e per perseguire nuovi obiettivi più ambiziosi stabiliti dalla Governance.

Per quanto riguarda la sezione Costi ed Oneri da attività diverse, il significativo calo del 95% è dovuto all'assenza di operazioni di vendita di prodotti i cui ricavi, per la loro natura ed in ottemperanza alle linee guida del terzo settore, sarebbero ricaduti nella sezione “Attività commerciali”

La sezione Costi ed oneri da attività finanziarie e patrimoniali è in linea con quella dell'anno precedente e riguarda l'attività finanziaria legata ai costi per l'utilizzo delle piattaforme di pagamento

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 2024 ammonta a 33.564 €; 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 80.773 €.



	2024 1 ott 23 30 sett 24	2023 1 ott 22 30 sett 23	
TOTALE ONERI E SPESE	1.371.746 €	1.293.653 €	6,04%
A - ATTIVITA' DI INTERESSE GENERALE	1.147.691 €	1.122.125 €	2,2%
B - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DIVERSE	570 €	13.035 €	-95,6%
C - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DI RACCOLTA FONDI	147.414 €	79.814 €	84,7%
D - COSTI ED ONERI DA ATT. FINANZIARIE E PATRIMONIALI	5.530 €	5.395 €	2,5%
E - COSTI ED ONERI ATTIVITA' DI SUPPORTO GENERALE	70.541 €	73.285 €	-3,7%



“Vorrei cucinare con Borghese”
Elena, 13 anni, Cuore ipoplastico



MOD-B RENDICONTO GESTIONALE

ONERI E COSTI	23-24	22-23	PROVENTI E RICAVI	23-24	22-23
A)Costi e oneri da attività di interesse generale			A)Ricavi, rendite e proventi da attività di interesse generale		
Totale	1.147.691,01	1.122.124,53	Totale	1.018.298,77	1.135.152,03
			Avanzo/disavanzo attività di interesse generale	-129.392,24	13.027,50
B) Costi e oneri da attività diverse			B) Ricavi, rendite e proventi da attività diverse		
Totale	569,66	13.035,06	Totale	34.466,31	48.595,80
			Avanzo/disavanzo attività diverse	33.896,65	35.560,74
C) Costi e oneri da attività di raccolta fondi			C) Ricavi, rendite e proventi da attività di raccolta fondi		
Totale	147.413,85	79.813,50	Totale	274.009,89	144.585,57
			Avanzo/disavanzo attività di raccolta fondi	126.596,04	64.772,07
D) Costi e oneri da attività finanziarie e patrimoniali			D) Ricavi, rendite e proventi da attività finanziarie e patrimoniali		
Totale	5.530,49	5.394,71	Totale	39.833,02	8.660,96
			Avanzo/disavanzo attività finanziarie e patrimoniali	34.302,53	3.266,25
E) Costi e oneri di supporto generale			E)Proventi di supporto generale		
Totale	70.540,93	73.285,07	Totale	646,55	293,56
Totale Uscite	1.371.745,94	1.293.652,87	Totale Entrate	1.367.254,54	1.337.287,92
			Avanzo/disavanzo d'esercizio prima delle imposte	-4.491,40	43.635,05
			Imposte	24.243,20	21.275,00
			Avanzo/disavanzo	-28.734,60	22.360,05

MOD A - STATO PATRIMONIALE

	23-24	22-23
ATTIVO	648.483,23	679.090,76
A) QUOTE ASSOCIATIVE O APPORTI ANCORA DOVUTI	0,00	0,00
B) IMMOBILIZZAZIONI	31.065,18	22.528,79
I - Immobilizzazioni immateriali	19.157,79	12.199,25
II- Immobilizzazioni materiali	10.052,39	9.474,54
III Immobilizzazioni finanziarie con separata indicazione aggiuntiva, per ciascuna voce dei crediti, degli importi esigibili entro l'esercizio successivo	1.855,00	855,00
C) ATTIVO CIRCOLANTE	616.737,57	650.745,83
I Rimanenze	0,00	0,00
II - Crediti, con separata indicazione aggiuntiva, per ciascuna voce, degli importi esigibili oltre l'esercizio successivo	113.180,75	5.404,00
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	336.621,10	402.498,93
IV - Disponibilità liquide	166.935,72	242.842,90
D) RATEI E RISCONTI ATTIVI	680,48	5.816,14
Totale Attività	648.483,23	679.090,76
PASSIVO	648.483,23	679.090,76
A) PATRIMONIO NETTO	396.455,77	458.901,37
B) FONDI PER RISCHI E ONERI	1.100,00	1.100,00
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	71.862,75	66.249,34
D) DEBITI, CON SEPARATA INDICAZIONE AGGIUNTIVA, PER CIASCUNA VOCE, DEGLI IMPORTI ESIGIBILI OLTRE L'ESERCIZIO SUCCESSIVO	179.064,71	152.840,05
E) RATEI E RISCONTI PASSIVI	0,00	0,00
Totale Passività	648.483,23	679.090,76



“

*La cosa bella di un sogno
è che non ha limiti
e non ha confini e,
per quanto impossibile
possa sembrare,
alcuni si realizzano
davvero.
Io oggi ne ho avuto
la conferma.*



Sara, 21 anni, neublastoma



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 2023-30 settembre 2024, 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).