

Maratona Telethon 2005: nuovo record di solidarietà per Bnl

La continuità contraddistingue il vero successo dall'episodio, e così anche la 'Maratona Telethon' 2005 ha confermato per il quattordicesimo anno la solidarietà di BNL alla causa della ricerca scientifica sulle malattie genetiche, con nuovi traguardi e nuovi record di partecipazione e raccolta

Il segreto di questa formula vincente? Si parla di 'sinergia' quando il prodotto è un risultato complessivo superiore alla somma delle singole parti, così si può dire che 'BNL per Telethon' è un momento magico di grande sinergia, l'espressione di un percorso di ottimizzazione dei vari elementi e processi che lo compongono.



Un momento della Maratona Telethon 2005

'Case history', 'icona del no-profit', 'gemma del fund-raising', molte sono state le espressioni utilizzate per la 'Maratona', nel tentativo di descrivere come l'impresa moderna sia capace di cambiare, dando un'anima al business, generando anche valore sociale e coesione.

Dell'ultima 'Maratona' parlano anche i numeri: Telethon è partito con l'obiettivo di superare gli oltre 26 milioni di euro del 2004, grazie anche al supporto di 62 ore di televisione e radio, ma ha raggiunto un nuovo traguardo, con quasi 30

milioni per la ricerca, di cui più della metà (oltre 15.300.000 euro) raccolti da BNL, dimostrando come, a volte, anche gli uomini possano dominare le circostanze, e non viceversa.

La stagione Telethon vive quindi un nuovo corso, muovendo i passi dal lontano 1967, negli Usa, dove la genialità di Jerry Lewis ne aveva disegnato il primo 'modello'.

Non si può certo dire che questo modulo soffra i vizi dell'omologazione e della prevedibilità: una tradizione forte non teme novità! Grazie ai risultati conseguiti in anni di partnership, con ben 14 maratone insieme, BNL e Telethon hanno via via rafforzato i propri legami in un 'modello' tutto italiano, affinandosi ed ampliando a tutti i giorni dell'anno l'azione di sensibilizzazione verso il grande pubblico, anche con un nuovo ed originale 'sistema di imprese' coinvolte sistematicamente sul fronte della solidarietà.

La 'Maratona' 2005, ha affermato ancora una volta il primato del cuore, con una partenza favorita anche da riconoscimenti internazionali, come quello dell'Fda, l'agenzia che autorizza le nuove terapie negli Usa, che ha raccomandato ai ricercatori quella tecnica di terapia genica messa a punto in Italia (come ha specificato Francesca Pasinelli, direttrice scientifica di Telethon); inoltre, un esperimento dell'istituto Tigem di Napoli, pubblicato sul 'Journal of clinical investigation' ha aperto la via alla scoperta di un gene responsabile di una rara forma di paraplegia. Un'equipe dell'Istituto neurologico Besta, di Milano, è riuscita a bloccare lo sviluppo di questo gene, nei topi, con la tecnica della terapia genica.

Se preoccuparsi significa 'occuparsi prima', con il suo importante contributo contro l'indifferenza, Telethon è riuscita, ancora una volta, a mettere insieme la ragione ed il buon senso, progresso e sviluppo, cultura e civiltà, lasciando una scia importante nel mare della solidarietà: più di 130 mila clienti BNL tra persone (famiglie e privati) ed imprese, si sono impegnate senza interruzioni, dal 1° gennaio al 31 dicembre 2005,

in una crociata quotidiana di solidarietà.

Il versamento unitario è salito ben al di sopra dei cento euro, confermando l'efficacia e la spinta di questo generoso motore della solidarietà e della responsabilità sociale.

Anche televisione e radio, con l'ultima 'Maratona', hanno battuto un record: quello della più lunga maratona televisiva mai messa in onda dalla Rai, con più di sessanta ore di diretta, insieme al nuovo 'guinness' della donazione; partita alle 6.13, su RadioRai, con Emanuela Falchetti, e con il primo comunicato in tv alle 6.45, con Uno mattina, la 'Maratona' via etere ha proseguito in una emozionante staffetta, che ha visto camminare insieme 'Unomattina', 'Piazza grande', e poi 'Domenica In'; i 'volti' sono stati quelli di Milly Carlucci, Fabrizio Frizzi, Walter Santillo, Michele Cocuzza, con tutto l'impegno dei vari tecnici, cameraman, lo staff Rai, tutti ineguagliabili sostenitori di Telethon.

Se i grandi media hanno mostrato i muscoli, la rete BNL, con gli eventi e l'apertura speciale di tutti gli sportelli italiani, ha mostrato intelligenza e creatività, mantenendo e proseguendo la 'rotta' in un caleidoscopico laboratorio di aggregazione che la gente ha apprezzato e condiviso.

Non solo raccolta di fondi, quindi, ma nuovi stimoli, nuovi impulsi, nuova energia, il tutto alimentato da una linfa costante di comunicazione, informazione, in un complesso e capillare contesto organizzativo.

Come in un 'team' perfettamente affiatato e sincronizzato, la macchina 'BNL per Telethon' ha mostrato la grinta di sempre, con un pizzico di creatività ed emozione in più, arrivando così al magico record 2005 di oltre 15.300.000 euro di raccolta, il nuovo record della quota 'firmata' BNL. E questo grazie ad un incredibile numero di eventi, spettacoli, personaggi, ospiti, in un crescendo che ha visto originalità e partecipazione andare a braccetto in tutta Italia.

Dietro ciò che era visibile agli occhi di tutti, durante la 'Maratona', c'è stata la perseveranza e l'energia di operatori, simpatizzanti, clienti e dipendenti BNL, ognuno con il proprio prezioso impegno personale, per una formula vincente, dove tutte le componenti sono perfettamente armonizzate e capitalizzate.

Un ruolo importante ha avuto la nuova campagna di comunicazione 'BNL per Telethon', un segno forte per sostenere la sensibilità del pubblico: una campagna responsabile, con un mes-



La Maratona a si è svolta in diverse città in contemporanea. Qui siamo a Venezia

saggio immediato, sintetizzata nell'immagine del microscopio che si 'accende' grazie alle donazioni, che ha accompagnato Telethon per le strade e le piazze delle città, fino a 'vestire' esterno ed interno delle agenzie BNL, grandi generatrici di impulsi; il 'microscopio' della campagna ha avuto buona visibilità anche sui media tradizionali, grazie agli spazi messi a disposizione dai principali quotidiani e periodici.

Dunque, ancora una volta, con la partecipazione di BNL alla 'Maratona Telethon' si è affermato un modello innovativo di creazione e distribuzione del benessere, un modo nuovo di 'fare impresa', con precisi comportamenti etico-ambientali in tutto il ciclo di generazione del valore; è così che viene garantita una visione prospettica alle intelligenze ed ai progetti della ricerca, per una miglior qualità della vita.

La 'Maratona' ha segnato un nuovo record, ma la raccolta di Telethon continua. Uno speciale ringraziamento a tutti gli altri partner 2005 del 'mondo Telethon': Auchan, Sma, Telecom Italia, Uildm, Aams, Ascob, Lottomatica, Sisal e Snai, Ferrovie dello Stato, Artigiancassa, CartaSì, Poste Italiane, Ovieste, Gsk, Agenzia delle Entrate, Avis, Vodafone, Lilly.



il primo piano dell'assegno firmato BNL