



Chiara Ferragni durante la campagna 2022 per i pandori "solidali"

## “Solo testimonial senza cachet così si fanno le raccolte fondi”

È lungo l'elenco di volti noti, da Fiorella Mannoia a Renzo Arbore. Il mondo del non profit: “Il caso Balocco non c'entra nulla con noi”

LE REAZIONI

**S**ono il volto famoso e riconoscibile delle campagne umanitarie. Personaggi della cultura, dello sport e dello spettacolo che diventano divulgatori di buone cause a un pubblico di larga scala.

I testimonial sono uno dei pilastri del fundraising delle organizzazioni non profit. Spesso mettono la faccia su una raccolta fondi per raggiungere un obiettivo, a volte legano per anni la loro immagine a quella di un'associazione. Tutti però lo fanno rigorosamente pro bono, cioè senza ricevere alcun compenso. Quella della gratuità della testimonianza è infatti una condizione irrinunciabile nelle pratiche di beneficenza proprie del terzo settore. «Tutti i più grandi fanno iniziative senza ricevere un compenso, lo faceva Pavarotti, lo fa Fiorello. Se è previsto un pagamento non parliamo di beneficenza ma di un personaggio che sta facendo business», spiega Valerio Melandri, direttore del Festival di Fundraising e docente all'università di Bologna. Il riferimento è all'affaire Ferragni/Balocco e alla multa dell'Antitrust per pubblicità ingannevole al pandoro pink messo sul mercato lo scorso Natale, con un messaggio poco chiaro su una donazione all'ospedale Regina Margherita.

Un «grossolano errore» secondo l'esperto che nasce proprio dal non aver coinvolto il mondo del non profit. «Oggi c'è molta disintermediazione, i personaggi famosi pensano di poter fare da soli le raccolte fondi senza conoscere bene il settore. Ma nessuna organizzazione umanitaria avrebbe fatto uno sbaglio come questo». Il rischio ora è anche un effetto boomerang non solo per i Ferragnez, che pure ricorda



ELEONORA CAMILLI

**Storici sostenitori.** In alto Fiorella Mannoia per Amref, Neri Marcorè e Renzo Arbore per la Lega del Filo d'Oro. Sotto, Alessandro Gassmann per Unhcr e Cesare Bocci per Save the Children

Melandri «nel periodo della pandemia hanno realizzato una straordinaria raccolta fondi per il San Raffaele di 4,5 milioni di euro». Ma anche per tutto il mondo del non profit per cui «la trasparenza e la credibilità sono valori fondamentali».

Il pericolo infatti è che lo scandalo mediatico sollevato dal caso getti un'ombra sulle attività delle organizzazioni umanitarie. «La nostra organizzazione si regge soprattutto su un ampio numero di donatori regolari, che non ci abbandonano», spiega Daniela Fatarella, direttrice generale di Save the Children. «I testimonial sono un valore aggiunto, ci aiutano ad ampliare il messaggio e ad arrivare anche a quei target che difficilmente raggiungeremmo da soli. Ma il loro impegno è assolutamente gratuito. Scegliamo le persone con cura».

Tra i tanti volti noti che hanno prestato l'immagine all'organizzazione, da dieci anni

c'è Cesare Bocci, il Mimì Augello del Commissario Montalbano. «Ormai è molto di più, è uno di noi, è anche venuto in tante missioni». Molto più di un testimonial è anche il re della notte, Renzo Arbore, che da oltre 30 accompagna le campagne della Lega del Filo d'Oro, l'associazione che si occupa dei bambini sordociechi. «Incontrammo Arbore quando era all'apice del suo successo con *Quelli della notte*, noi cercavamo un personaggio che potesse aiutarci a diffondere la causa, lui voleva dedicarsi all'impegno nel sociale - racconta il presidente dell'organizzazione Rossano Bartoli -. A lui che veniva da un mondo di luci colpì molto la condizione dei nostri bambini, decise di aiutarci e dal 1989 non ci ha più lasciato». Per Bartoli, dopo il caso Balocco, è ancor più imprescindibile che nel sociale i vip si spongano gratis. E racconta che negli anni alcuni dei loro sono diventati donatori. Primo fra tutti lo showman

pugliese: «Arbore non solo non si faceva pagare ma spesso tirava fuori un assegno. Ci diceva: se chiedo soldi agli altri come posso non darli?».

La lista di chi ha sposato l'aiuto umanitario è lunga. Alessandro Gassmann di recente si è unito alle campagne di comunicazione dell'Alto commissariato Onu per i rifugiati, Unhcr, insieme a Lino Guanciale, Greta Scarnano e Carolina Crescentini. Negli anni è diventato uno slogan iconico il «Basta poco che ce vo?» di Giobbe Covatta, che nei suoi spot per Amref con ironia poneva l'accento sulla malnutrizione in Africa. Oggi tra i personaggi più vicini all'associazione ci sono Fiorella Mannoia e Pif. «Avere dei testimonial credibili aiuta, il pubblico si fida e li rispetta. E questo rafforza il messaggio che vogliamo dare» aggiunge Silvia Trentini di Amref. Per questo invita a fare il giusto distinguo con l'affaire Ferragni, che non ha nessuna affinità con le raccolte fondi del non profit ma rischia di coinvolgere tutti. «È molto facile fare paragoni ma è una vicenda a noi lontanissima. Speriamo che venga fatta chiarezza, in questi anni abbiamo già subito troppi danni, non serve incrementare sospetti. Per quanto ci riguarda ogni singolo euro donato è tracciato».

Medici senza frontiere non usa testimonial, nell'idea dell'ong gli unici testimoni sono gli operatori sul campo. Ma parla di «friends», personaggi vicini all'organizzazione, come Francesco Pannofino che ha prestato la sua voce per uno spot. «Facciamo una valutazione attenta - spiega Chiara Magni - non esiste che ci sia un cachet, le condizioni alla base sono chiare da subito. Chi si avvicina a noi lo fa perché condivide i nostri valori, non per altro».

### Cosa è successo

1

**La campagna**  
A novembre 2022 la Balocco lancia una campagna di beneficenza con la vendita di pandoro griffati Ferragni a sostegno dell'ospedale infantile di Torino

2

**I controlli**  
Tra giugno e luglio interviene l'Antitrust per verificare le modalità delle donazioni, dopo un esposto del Codacons. L'influencer avrebbe stabilito prima la quota da donare

3

**Le sanzioni**  
Dopo gli accertamenti, arrivano le multe: 430 mila euro a carico della dolciaria Balocco, un milione di euro nel complesso per due società legate a Ferragni

Paese cara presidente del Consiglio... Ci vediamo al Family Day con Elon Musk», conclude ironico Fedez.

La rete, comunque, non ha perdonato Chiara: sui social 6 milioni di interazioni e una valanga di critiche. Da una ricerca di Social Data è emerso che l'argomento ha generato oltre 13mila mentions, che hanno prodotto circa 6,2 milioni di interazioni. Le conversazioni si sono sviluppate in prevalenza su Facebook (80,55%) con un sentimento assolutamente negativo (67%).

In ogni caso, neanche il Codacons ha perdonato Ferragni e ha annunciato un esposto in 104 Procure diverse per truffa aggravata. «Le sue sono lacrime di coccodrillo», afferma l'Associazione per i consumatori. «Non scuse e mai più beneficenza da chi finge di pentirsi e tenta di ricattare i giudici con promesse di donazioni finalizzate ad ottenere una riduzione della sanzione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Babbo Natale e i bambini del mondo

È la notte più magica dell'anno e tutto è pronto: la slitta trainata dalle fidate renne, il sacco colmo di doni confezionati dai laboriosi elfi... Babbo Natale può partire per il suo incredibile viaggio intorno al mondo, dal Polo Nord all'Australia, dal Canada al Giappone, e visitare le case di tutti i bambini, che lo aspettano sognando il suo arrivo.



Nelle edicole di Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta a 9,90 € in più. Nel resto d'Italia ordina e ritira la copia direttamente presso il tuo edicolante.

**LA STAMPA**