

SOLIDARIETA' COVID-19

Investimenti BUONI

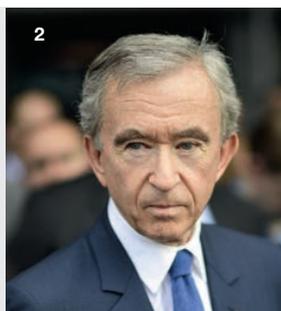
Di fronte all'emergenza coronavirus c'è stata una mobilitazione mai vista. Una gara virtuosa a chi dona di più per aiutare ospedali e persone in difficoltà, per acquistare mascherine o allestire terapie intensive. Protagonisti eccellenti imprenditori, banche, star dello spettacolo e della moda

La choc della pandemia da Covid-19 ha suscitato una grande ondata di solidarietà globale, mobilitando aziende, enti, fondazioni, grandi ong, privati filantropi oltre che istituzioni statali e sovranazionali. Nel caso italiano l'aggressione del virus ha trovato una risposta molto generosa fin dall'inizio: al 17 marzo si stimava un contributo in donazioni alla Protezione civile e alle strutture ospedaliere pari a 250 milioni di euro, che stanno continuando a crescere anche mentre chiudiamo queste pagine. Dieci giorni dopo, si era già saliti alla stima di un miliardo. L'apporto delle donazioni è stato fondamentale per l'acquisto di dispositivi indispensabili per la terapia intensiva: ventilatori polmonari, caschi Cpap, macchine di monitoraggio. Il contributo massiccio in termini di finanziamento e – in qualche caso come per la Pirelli – di aiuto per ottenere direttamente le forniture da aziende cinesi ha consentito di aumentare da 5mila a quasi 9mila le postazioni per la terapia intensiva. Un incremento che ha consentito di tamponare l'emergenza e di salvare migliaia di vite. La corsa alla solidarietà è partita quasi in contemporanea con l'individuazione delle prime zone rosse d'infezione in Italia: l'area di

Chi ha intuito che la dimensione dell'infezione avrebbe richiesto un intervento deciso e partecipato è stata la coppia Fedez-Chiara Ferragni, lanciando il 9 marzo una sottoscrizione per sostenere l'acquisto di postazioni di terapia intensiva all'ospedale San Raffaele di Milano. I Ferragnez hanno dato il via con 100mila euro e in breve, attraverso la piattaforma di crowdfunding GoFundMe, hanno raccolto oltre 4 milioni, sufficienti per sostenere la creazione di 12 nuove terapie intensive al San Raffaele. Tutto il mondo della moda, per la verità, ha reagito con tempestività all'emergenza. Giorgio Armani è stato il primo a dare un segnale forte, riconvertendo i suoi stabilimenti italiani alla produzione di camici e calzari per il personale sanitario. Armani ha anche stanziato 2 milioni di euro per l'acquisizione di apparecchiature di terapia intensiva. Lo stesso hanno fatto Patrizio Bertelli e Miuccia Prada, finanziando l'acquisto di due unità di terapia intensiva per tre ospedali milanesi: Buzzi, Sacco e San Raffaele. I Benetton hanno donato 3 milioni. Anche Gucci ha rivisto la destinazione produttiva degli stabilimenti italiani, convertendoli alla fabbricazione di camici, calzari e mascherine; inoltre

Alcuni dei numerosissimi donatori.

1. Giorgio Armani;
2. Bernard Arnault di Lvmh;
3. Silvio Berlusconi;
4. Chiara Ferragni e Fedez;
5. Giorgio Gori;
6. John Elkann;
7. Maria Patrizia Grieco, presidente di Enel;
8. Miuccia Prada;
9. Roby Facchinetti e Stefano D'Orazio;
10. Gian Piero Gasperini, allenatore dell'Atalanta;
11. Carlo Messina, ad di Intesa Sanpaolo;
12. Philippe Donnet, ceo di Generali;
13. Luciano Benetton (foto Ansa, LaPresse).



Codogno, basso lodigiano, in Lombardia e nel Veneto la zona di Vo', nel padovano. Prime a mobilitarsi le aziende locali, in rapida successione donatori singoli, banche, assicurazioni, utilities e brand nazionali.

il ceo Marco Bizzarri e il direttore creativo Alessandro Michele hanno donato 2 milioni di euro.

La strada della conversione è stata imboccata pure da molti profumieri simbolo del lusso: Bernard Arnault ha destinato

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

tre stabilimenti alla produzione di gel igienizzanti. E lo stesso ha deciso Bulgari, altro brand di superlusso della profumeria. Anche Ferrari si è impegnata, oltre che nel sostegno alle strutture ospedaliere di Modena, nel supporto alla produzione di dispositivi per la respirazione assistita. "Ditemi un altro Paese al mondo dove i camici monouso sono di Armani, i respiratori Ferrari, le mascherine di Gucci e il gel idroalcolico di Bulgari", si è letto su Facebook e su Instagram, fra ironia, orgoglio e una punta di amarezza.

Le tlc, settore fondamentale in questo momento di forzata distanza, non si sono tirate indietro. TIM ha diviso in parti uguali le donazioni, metà effettuate dalla fondazione e l'altra metà frutto di una sottoscrizione (volontaria) fra i dipendenti. Il totale di 1 milione di euro è stato ripartito fra il San Raffaele di Milano, lo Spallanzani di Roma, il Coris (Consorzio per la ricerca sanitaria) della Regione Veneto e l'Istituto dei tumori - Fondazione Pascale di Napoli. Fastweb, prima ci ha messo 300mila euro (destinati allo Spallanzani, al Policlinico di Milano e a quello di Bari), poi è passato a un'altra sorta di donazione, sotto forma di giga: 1 milione per il traffico Internet. Ai quali ha aggiunto offerte di abbonamenti a testate digitali Mondadori, buoni sconto per acquisto di ebook, abbonamenti gratuiti a Storytel per ascoltare podcast e audiolibri: un modo per fare il pieno di memoria, culturale non meno che digitale. Mentre Vodafone ha messo a disposizione della Croce rossa e dell'Ospedale dei bambini Buzzi 500mila euro.

Oltre al Sacco, al Papa Giovanni XXIII e allo Spallanzani, gli ospedali più 'sostenuti' nella corsa solidale, il Buzzi, che si occupa principalmente di bambini, è in prima linea. Terre des Hommes, con la Fondazione Geronimo, ha avviato una raccolta fondi per broncoscopi e altri materiali sanitari, e ha dato anche vita a Zumbimbi, struttura di accoglienza per

Vanity Fair al Giovanni XXIII, la famiglia e il gruppo Caltagirone hanno donato 1 milione allo Spallanzani e al Gemelli per "sostenere lo sforzo del personale sanitario", mentre la Fondazione De Agostini ha stanziato 700mila euro: mezzo milione è per l'ospedale Maggiore della carità di Novara, città madre dell'editore, il resto è destinato ad associazioni che lavorano con bambini disabili e famiglie disagiate.

Fortissimo il tema del disagio nel disagio. La Lega del filo d'oro, che si occupa di sordociechi per i quali il contatto è ragione di vita, fa un appello perché i suoi assistiti non vengano dimenticati. ParkinsonCare aiuta gratuitamente in tutta Italia con un servizio di teleassistenza infermieristica, e gli psicologi intasano la Rete proponendo consulti gratuiti via telefono o Skype.

In versione più fisica che mentale intanto, il brand Bikini trasforma i suoi costumi in mascherine. Su diversa lunghezza d'onda viaggia invece #iosuonodacasa, l'iniziativa che ha raccolto oltre 200 concerti in streaming e 25mila euro di donazioni. Altra musica per la famiglia Facchinetti in Pooh. La seconda generazione, Francesco con la moglie Wilma Faisol, parte con un reality sulla vita di coppia (dal 12 aprile su Dplay Plus), mentre il veterano Roby lancia con Stefano D'Orazio 'Rinascero, rinascerei' per una raccolta fondi destinata all'ospedale della sua città, Bergamo.

Anche negli altri Paesi europei e negli Stati Uniti l'onda della solidarietà è stata d'altra parte potente. Negli Usa, in particolare, è partita prima ancora che Donald Trump si convincesse che il Covid-19 non era uno scherzo arrivando, il 28 marzo, a utilizzare i poteri di guerra per ordinare alla General Motors di produrre sistemi di ventilazione forzata per le terapie intensive. Si è mosso prima di Trump Elon Musk, che ha convertito una delle sue fabbriche Tesla alla produzione di dispositivi per la respirazione forzata. E lo stesso ha fatto Jeff



bambini cui il virus ha (si spera) temporaneamente portato via i genitori ricoverati.

Passando al mondo dell'editoria, se Condé Nast si è mossa per prima devolvendo i ricavi di una settimana di edicola di

Bezos, che ha investito 20 milioni di dollari nello sviluppo diagnostico per i test sul Covid-19 da mettere rapidamente sul mercato e altri 10 milioni per sostenere le strutture sanitarie di Washington D.C. e di Seattle, città dove Amazon →

(© riproduzione riservata)

SOLIDARIETA' COVID-19

→ è presente in modo massiccio. Di enorme portata anche lo sforzo di Google, che ha offerto alla battaglia contro il virus l'equivalente di 800 milioni di dollari. Di questi, 250 milioni sono crediti pubblicitari in supporto all'Oms e oltre 100 agenzie governative per informare e prevenire la diffusione del virus. Altri 200 milioni sono stati destinati a un fondo di investimento dedicato alle ong e alle istituzioni finanziarie per supportare piccole e medie imprese che, inoltre, potranno contare su ben 340 milioni di crediti per Google Ads; 20 milioni, infine, Google li ha destinati a istituzioni accademiche e alla ricerca scientifica. L'altro big della Rete, Amazon, ha donato 3,5 milioni di euro: 2,5 vanno alla nostra Protezione civile, il resto a diverse organizzazioni no profit.

Ma grandi numeri si sono visti anche in Italia. Uno dei progetti che ha immediatamente richiamato cospicue donazioni è stato l'ospedale d'emergenza milanese nei padiglioni dell'ex Fieramilanocity. Il progetto, promosso dalla Regione Lombardia, ha raccolto 10 milioni da Silvio Berlusconi e altrettanti da Giuseppe Caprotti, uno degli eredi del fondatore di Esselunga Bernardo Caprotti. Di 10 milioni anche la donazione di Exor: la finanziaria della famiglia Agnelli-Elkann li ha destinati alla Protezione civile per l'acquisto di 150 respiratori. Stessa somma di 10 milioni per l'impegno di Ferrero e Unipol.

Eni ha deciso invece di concentrarsi sulle strutture romane con una donazione di 30 milioni, finalizzata alla realizzazione del centro Covid 2, al Policlinico Gemelli. Fondazione Snam ha stanziato a sua volta 20 milioni di euro per il sistema sanitario e per le associazioni del terzo settore. Inoltre Snam ha chiesto ai propri dipendenti di versare in solidarietà una o più ore di lavoro. L'eccezionalità della situazione è segnalata anche dalla presenza di Banca d'Italia fra i soggetti donatori, con 20,9 milioni di euro per gli ospedali Spallanzani e Gemelli. Mobilitata anche Bpm, che ha messo a disposizione un plafond di 1 miliardo per supportare i professionisti in difficoltà per la pandemia da Covid-19. Particolare il contributo di Pirelli, che ha giocato di sponda con il suo socio di controllo cinese ottenendo l'invio in Italia di 65 dispositivi per la terapia intensiva, 5mila tute e 20mila mascherine.

A Bergamo, la città più colpita dai contagi e percentualmente dalle morti provocate dal virus, la gara solidale ha coinvolto tutto il tessuto civile. Fortissima è stata la spinta del sindaco Giorgio Gori e della moglie Cristina Parodi, testimonial della onlus Cesvi, che ha catalizzato l'attività di raccolta fondi. Per l'ospedale Giovanni XXIII hanno donato industriali come Pesenti e Bombassei, aziende della Gdo come Esselunga e Lidl, centri commerciali e migliaia di privati, fra i quali anche l'allenatore dell'Atalanta Gian Piero Gasperini, che ha contribuito con 50mila euro.

Ci sono poi situazioni speciali, in cui chi dona non si limita a un impegno finanziario anche importante ma cerca di lavorare insieme ai destinatari degli stanziamenti. È il caso, per esempio, di Enel, che sul piatto ha messo la disponibilità di 23 milioni di euro destinati alla Protezione civile, ospedali, strutture del terzo settore e amministrazioni locali attraverso

Enel Cuore, la sua onlus. I fondi finanziari sono sia progetti già individuati sia altri in fase di individuazione, che si definiranno in tempi brevi grazie al continuo coordinamento con Protezione civile e autorità nazionali e regionali. Enel sta anche donando nuovi collegamenti alla Rete e potenziamenti della portata dei contratti a tutte le strutture impegnate nella lotta contro il coronavirus. L'iniziativa durerà fino alla fine dell'emergenza. Il vincolo di destinazione delle donazioni è anche la filosofia di stanziamenti minori ma significativi, come i 250mila euro della Birra Peroni Nastro Azzurro finalizzati ai lavoratori di bar, pizzerie e locali. O i 600mila di acqua Rocchetta e Oliveto, destinati a sostenere le strutture sanitarie dei territori dove sgorgano le acque minerali: Toscana, Umbria, Lazio e Lombardia.

Di ordine di grandezza macro, infine, i due esempi probabilmente più consistenti del supporto solidale alla battaglia contro il virus e alle sue nefaste conseguenze economiche: quello di Intesa Sanpaolo e quello di Generali.

La più importante banca italiana ha cominciato a muoversi il 24 febbraio, sospendendo per tre mesi il pagamento di mutui e finanziamenti nella zona rossa del lodigiano. Il 17 marzo ha definito una manovra da 15 miliardi a sostegno delle piccole e medie imprese: 5 miliardi per linee di credito aggiuntive e 10 miliardi di liquidità per la gestione dei pagamenti urgenti. Il 23 marzo ha esteso le garanzie assicurative ai clienti infettati, prevedendo una diaria da ricovero anche per la quarantena da isolamento domiciliare. Nel contempo Intesa Sanpaolo ha stanziato 100 milioni per la Protezione civile nazionale,

con l'obiettivo di realizzare 2.500 nuovi posti letto di terapia intensiva, 350mila euro per l'ospedale da campo degli alpini a Bergamo, e ha istituito una piattaforma di crowdfunding, Forfunding.it, per la raccolta fondi fra i clienti.

Generali, come Intesa Sanpaolo, ha messo sul piatto 100 milioni di euro di stanziamento a disposizione dell'Italia e di interventi per la lotta al Covid-19 in tutti i Paesi europei in cui è presente. Alla somma decisa dal consiglio di amministrazione il 13 marzo si possono aggiungere contributi locali a favore di progetti specifici. Un primo sostegno fino a 30 milioni di euro è stato destinato a emergenze straordinarie in Italia, finanziando le priorità che verranno definite assieme al Servizio sanitario nazionale e alla Protezione civile tramite il commissario straordinario all'emergenza Covid-19 nominato dal governo. Il fondo sosterrà anche i clienti di Generali in situazioni di particolare difficoltà - sia economiche sia familiari - in conseguenza della crisi, le piccole e medie imprese dei settori più colpiti e particolarmente vulnerabili alla crisi, e i loro dipendenti. Come altre aziende anche Generali ha invitato i dipendenti a partecipare alla raccolta fondi. Il 27 marzo sono stati consegnati in Lombardia i primi 8 respiratori per la terapia intensiva, di un lotto di 20, importati dalla Germania dalla Hope Onlus e acquistati per gli ospedali lombardi.

Ivan Berni

(Questi i numeri al 3 aprile, quando abbiamo chiuso il servizio. Ma trovate continui aggiornamenti sul sito Primaonline)



L'ospedale di Bergamo Papa Giovanni XXIII, che è diventato il simbolo della lotta al virus (foto Ansa).