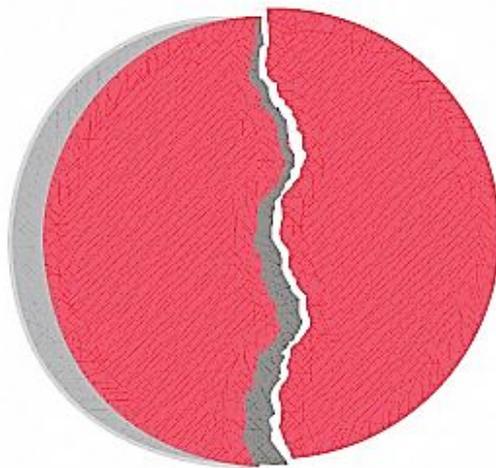


2013

BILANCIO



SINTESI

ONERI	2013
Oneri da attività istituzionali *	4.939.113,06
Acquisti	298.860,79
Servizi	1.010.040,93
Godimento beni di terzi	217.635,03
Personale	2.217.569,90
Ammortamenti	250.248,74
Oneri diversi di gestione	19.526,60
Oneri straordinari	185,60
Sussidi	421.198,00
Contributi	503.847,47
Oneri da raccolta fondi specifica	995.900,49
Campagne **	331.576,02
Eventi	415.665,43
Mailing	186.919,85
5 per 1000	25.407,42
Eredità	24.449,41
Altre raccolte	11.882,36
Oneri da raccolta fondi connessa	89.045,62
Acquisti	10.817,83
Servizi	15.572,18
Godimento beni di terzi	19.158,00
Personale	43.497,61
Oneri diversi di gestione	-
Oneri finanziari e patrimoniali	113.277,35
Su rapporti bancari	5.147,63
Da patrimonio edilizio	84.213,30
Da altri beni patrimoniali	23.717,72
Rimborsi, abbuoni e oneri vari	198,70
Oneri straordinari	0,00
Da attività immobiliari	-
Oneri di supporto generale	1.105.984,92
Acquisti	37.140,43
Servizi	230.020,95
Godimento beni di terzi	26.544,40
Personale	667.693,04
Ammortamenti	21.032,16
Oneri diversi di gestione	113.863,94
Oneri straordinari	9.690,00
Accantonamento a fondo rischi	125.000,00
Totali	7.368.321,44
Risultato gestionale positivo	2.204,25
Totali a pareggio	7.370.525,69

PROVENTI	2013
Proventi da attività istituzionali	3.549.766,46
Da contributi su progetti	38.599,50
Da soci e associati	2.425.560,96
Da non soci	461.046,00
Quote associative	624.560,00
Altri proventi	-
Proventi da raccolta fondi specifica	3.381.554,20
Campagne	498.723,71
Eventi	602.829,49
Mailing	266.965,75
5 per 1000	412.670,62
Eredità	1.348.704,03
Altre raccolte	251.660,60
Proventi da raccolta fondi connessa	107.395,50
Da non soci	107.395,50
Proventi finanziari e patrimoniali	331.809,53
Da rapporti bancari	381,47
Da altri investimenti finanziari	1.362,65
Da patrimonio edilizio	154.706,01
Da altri beni patrimoniali	170.433,33
Rimborsi, abbuoni e proventi vari	4.926,07
Proventi straordinari	0,00
Da attività immobiliari	-
Totali	7.370.525,69
Risultato gestionale negativo	
Totali a pareggio	7.370.525,69

* Prevenzione primaria, Diagnosi precoce, Assistenza, Volontariato, Finanziamento alla ricerca.

** Settimana nazionale della prevenzione oncologica, Giornata mondiale senza tabacco, Nastro rosa, Natale 2 volte più buono.

NB: alcune voci sono solo parzialmente confrontabili con le voci corrispondenti nei documenti degli scorsi anni, a causa di alcune riclassificazioni finalizzate al miglioramento della comunicazione di bilancio.

SINTESI DELLE ATTIVITA'

Nonostante l'anno appena concluso sia stato uno dei più difficili per tutto il sistema Paese, l'Associazione è riuscita a chiudere **l'esercizio 2013** con il sostanziale **raggiungimento degli obiettivi previsti**, in linea con la sua mission istituzionale: affrontare il problema cancro nella sua globalità attraverso molteplici servizi offerti alla popolazione nell'ambito della prevenzione, diagnosi precoce e assistenza ai malati. Un risultato che assume un'importanza ancora maggiore considerato il difficile contesto in cui è maturato, e che non sarebbe stato possibile senza il fondamentale apporto dei soci e dei sostenitori che hanno riconfermato la loro fiducia e il loro sostegno, dei 740 volontari che con rinnovato entusiasmo hanno continuato a donare il loro tempo affiancando l'Associazione nella realizzazione di servizi in favore della popolazione e nelle attività di raccolta fondi, e delle aziende e istituzioni attive sul territorio che hanno creduto nel valore dei progetti proposti e li hanno sostenuti concretamente.

Aspetti economici

Lo scenario all'interno del quale sono state portate avanti tutte le attività è stato caratterizzato dall'**incertezza** a tutti i livelli del **sistema sociale** e dalla **diminuzione delle risorse economiche**. Due elementi che perdurano ormai da diversi anni, ma che si sono acuiti nel corso del 2013 penalizzando tutti i settori di attività, e in particolar modo le relazioni con il mondo aziendale, che ha manifestato nel corso dell'ultimo anno un notevole rallentamento dei tempi decisionali. Nonostante questo panorama non rassicurante, la gestione oculata del patrimonio, l'attività di raccolta fondi e le eredità arrivate oltre ad una attenta politica di contenimento delle spese, hanno permesso di chiudere il **bilancio di esercizio in attivo**, nonostante il forte incremento dei costi dovuto alla rivalutazione e riposizionamento delle risorse interne.

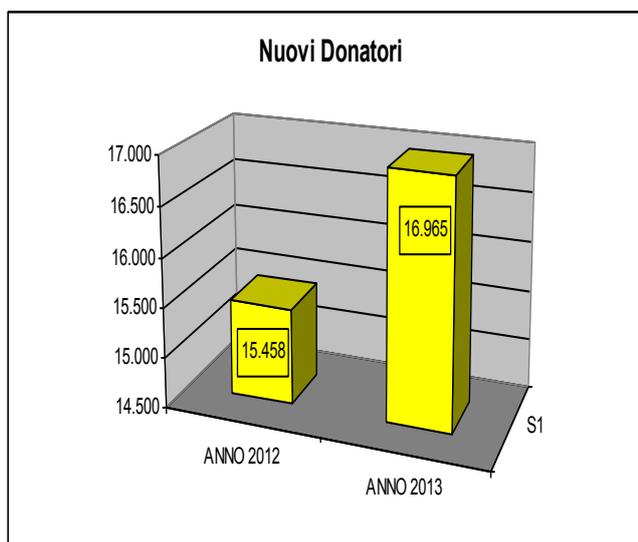
A livello locale, è stata affermata la **centralità della Lega nel territorio milanese** rinsaldando la sua presenza e **rafforzando il dialogo con le istituzioni territoriali**, in particolare quelle attinenti al welfare cittadino. Ne è concreta testimonianza la presenza costante dell'assessorato alle Politiche Sociali e Cultura della salute agli eventi organizzati, e l'attenzione rivolta dal Comune ad alcune attività, come la campagna contro il fumo nelle scuole primarie, con la consegna di un attestato di civica

benemeranza ai bambini che vi hanno preso parte. Cementare ulteriormente queste relazioni è stato un modo virtuoso per ovviare, attraverso la creazione di sinergie e la messa in rete di esperienze e competenze, alla contrazione delle risorse finanziarie. Il tutto con **l'obiettivo, raggiunto, di mantenere invariati il numero e la qualità dei servizi offerti** alla popolazione, con un'attenzione particolare verso le fasce socio-economiche più disagiate che, a causa della crisi, sono in costante aumento. Gli ultimi dati demografici disponibili restituiscono difatti la fotografia della provincia di Milano, dove risiedono 3.075.000 persone in maggioranza appartenenti alla fascia d'età adulta e lavorativa (solo a Milano vi sono 76.000 over 75) e dove è aumentato il tasso di disoccupazione, che incide direttamente sulla capacità di spesa. Ciò nonostante, **l'attenzione** da parte dei **cittadini** al mondo del sociale e del **terzo settore è rimasta costante** e testimonia come **i milanesi non abbiano rinunciato a coltivare la solidarietà**, bilanciando parzialmente la politica dei tagli alla spesa operata dalle Istituzioni comunali nel rispetto del patto di stabilità.

Attività di raccolta fondi

L'attività di fund raising è stata, inevitabilmente, quella maggiormente colpita dalla crisi e dalla conseguente diminuita capacità di spesa soprattutto delle aziende e degli enti pubblici. Un dato tuttavia incoraggiante è quello fotografato da una recente indagine del **Sole 24Ore** sulla propensione dei cittadini alle buone cause, che ha evidenziato come nell'anno appena concluso le **donazioni dei privati** abbiano registrato un **lieve incremento**, a testimonianza della costante attenzione dei cittadini al no profit e al valore della sua attività. L'indagine evidenzia inoltre la grande importanza che i privati danno, da un lato, alla **trasparenza** e alla **rendicontazione** delle loro donazioni e, dall'altro, alla **conoscenza pregressa dell'ente beneficiato** e della **sua utilità sociale**.

Nel concreto dell'Associazione i privati cittadini hanno confermato la loro fidelizzazione ai progetti portati avanti: nel corso del 2013 **62.426 sono stati i soci in linea con l'anno precedente**. Le spedizioni di mailing e newsletter hanno raggiunto 569.220 contatti, e il database del mailing si è arricchito con **nuovi donatori, cresciuti del 9,7%** rispetto all'anno prima. Non si è



registrato però un aumento del numero di donazioni, a causa di una lieve diminuzione nella frequenza delle stesse. Per quanto concerne il **5x1000**, dai dati relativi alle dichiarazioni del **2011** sono **13.506 le persone** che lo hanno destinato all'Associazione, il **3,1% in più rispetto al 2010**.

Attraverso un attento lavoro di analisi delle potenzialità di ogni contatto e lo sviluppo di proposte creative ad hoc, nel corso del 2013 siamo entrati in relazione con 350 aziende con un'adesione del 10% a differenti livelli di partecipazione, alle nostre proposte. Si è registrato in particolare un aumento dei sostegni "una tantum" e una flessione in quelli che prevedono un impegno a medio o lungo termine, segno di un problema di fiducia delle imprese sul futuro.

E' stata intensificata la ricerca di finanziamenti mediante progetti in cui coinvolgere le Fondazioni, in particolare quelle di comunità, legate al territorio. Sono state presentate **20 richieste di finanziamento**, **7** delle quali sono state **accolte** mentre per quanto riguarda i **188 Enti e Comuni** contattati vi è stato un **calo del 43%** nelle adesioni, a causa anche del cambiamento delle modalità di concessione, che prevedono la presentazione di progetti specifici che riguardino il territorio di competenza dell'ente.

Abbiamo potenziato la **strategia di rafforzamento di alcuni eventi di successo** già realizzati in passato, procedendo a operazioni di restyling per aumentarne ulteriormente l'appeal presso i target individuati e ottenere ulteriori sponsorizzazioni. Una manifestazione economicamente importante e di forte impatto mediatico è stata la campagna Nastro Rosa, giunta alla sua trentesima edizione. Al suo interno abbiamo realizzato iniziative che hanno riscosso ampio successo come lo **Shopping Solidale**, in collaborazione con l'Associazione Montenapoleone, proposta dalla Fondazione Estée Lauder, altra promotrice dell'evento, come best practice da proporre alle sue sedi a livello internazionale. Anche la Settimana Nazionale della Prevenzione Oncologica e la Giornata Mondiale Senza Tabacco sono stati grandi contenitori di iniziative minori.

Tra le altre operazioni di raccolta fondi, la campagna **“Un Natale due volte più buono”** e quella delle **“Bomboniere Solidali”** hanno registrato degli **incrementi di circa del 10%** mentre hanno avuto un **calo le donazioni** relative agli **eventi proposti da esterni** parte integrante dei 76 eventi del 2013. Tra i più rilevanti il Concerto alla Scala, la marcia “Formula 1”, le maratone “Milano Loves You Run” e la “Milano City Marathon”. In quest'ultima l'Associazione è risultata tra quelle più scelte tra le 141 no-profit che hanno partecipato, seconda per numero di maratoneti e quarta per numero di staffette.

Nel corso dell'anno oltre alla consueta attività di messa in atto degli scopi statutari sono stati raggiunti ulteriori obiettivi previsti:

- è stato definito il contratto d'appalto del nuovo sistema informatico di cui l'Associazione si doterà, e si è conclusa la gara per la ricerca del fornitore.
- il 22 ottobre è stato inaugurato, alla presenza del Sindaco e delle più alte autorità locali, lo Spazio Prevenzione di Sesto S. Giovanni. Nel corso della cerimonia pubblica è stato proiettato il film partecipato “Beautiful Town”, il primo film dedicato alla città di Sesto S. Giovanni, realizzato grazie alle storie che gli stessi cittadini hanno raccontato sul portale www.beautifultown.it. Tutto il progetto è stato comunicato in maniera innovativa attraverso l'account Twitter dell'Associazione. Il previsto start-up delle attività ambulatoriali e il collaudo del sistema per la parte sanitaria è slittato all'inizio del 2014 per cause inerenti all'implementazione del nuovo sistema informativo
- è stato portato a termine il lavoro di rielaborazione volto alla progettazione della nuova campagna contro il fumo nelle quinte elementari, la cui efficacia innovativa è stata testata nel corso degli incontri pilota effettuati dagli educatori dell'Associazione.

- è stata riconfermata la certificazione di qualità ISO 9001/2008
- sono stati realizzati, in collaborazione con la ASL di Milano e l'Associazione Progetto Umana, 4 incontri che hanno visto la partecipazione di 100 medici di medicina generale, con l'obiettivo di garantire la continuità assistenziale al paziente e integrare il modello assistenziale tra specialisti e medici di medicina generale condividendone modi e responsabilità.
- sono stati erogati contributi ad Enti ed Istituzioni Oncologiche e, grazie anche ai fondi del 5 per mille della Sede Centrale, è stato finanziato il progetto Amaranta e la parte conclusiva del progetto Dante.

La comunicazione

Tutto l'operato e le iniziative dell'Associazione sono stati oggetto di un'intensa attività comunicativa, fondamentale in un settore che è divenuto sempre più affollato, solo in **Lombardia** le **istituzioni del no profit** rilevate sono **46.141**, pari al 15,3% del totale nazionale. Farsi conoscere è determinante anche alla luce della già citata indagine, che ha evidenziato come le **scelte comunicative** dei diversi enti **incidano** in maniera **significativa** in quell'attività di **fidelizzazione** tra cittadini e organizzazioni, determinante a sua volta nell'erogazione di donazioni. Accanto ai canali comunicativi tradizionali, una sempre maggiore attenzione è stata rivolta alla **comunicazione 2.0** e in particolar modo alla presenza dell'Associazione sul web e sui social network. Secondo gli ultimi dati Audiweb, infatti, nel **2013 l'accesso a internet** da qualsiasi luogo e strumento ha raggiunto **l'82% della popolazione italiana tra gli 11 e i 74 anni**, pari a 39 milioni di individui. **L'account Twitter**, aperto nel settembre 2012, è stato molto utilizzato nel corso di progetti innovativi come nel già citato film Beautiful Town che ha accompagnato l'apertura dello Spazio Prevenzione di Sesto S. Giovanni. La pagina **Facebook** dell'Associazione ha avuto un totale di **352.414 visualizzazioni**, con **2.218 fan** di cui **71% donne**. Il 2013 ha visto anche il lancio del canale Youtube dell'Associazione, Lilt Milano Channel.

Il sito web **www.legatumori.mi.it** ha avuto **61.916 accessi**, quasi 11.000 in più rispetto al 2012. Il **72,9%** degli **accessi** sono stati effettuati da **nuovi visitatori**, **48,85% donne** e **54,15% uomini**.

cartacee quali la newsletter “Prevenire è vivere” con le sue **228.428 copie** e la rivista “Controcancro”.



Un intenso lavoro di media relation che si è avvalso della collaborazione di professionisti del mondo della pubblicità - attraverso l'agenzia TBWA - e della comunicazione ha prodotto **942 presenze totali sui mezzi di comunicazione**, tramite le quali si è potuto informare la popolazione sulle numerose attività e sui progetti dell'Associazione.

I settori di intervento

Nel corso dell'anno – come da relazione particolareggiata in allegato – le aree della **prevenzione primaria, diagnosi precoce, assistenza e volontariato** sono state oggetto di interventi che si inseriscono nel **panorama sanitario italiano** che, nel corso del 2013, stima **366.000 nuovi casi di cancro diagnosticati**, circa 1.000 al giorno.

Anche nel 2013 nell'ambito della **prevenzione primaria** si è perseguito l'obiettivo di sostenere una sempre più radicata cultura della prevenzione, attraverso campagne di

sensibilizzazione legate alla Settimana nazionale della prevenzione oncologica, alla Giornata Mondiale senza Tabacco e alla Campagna Nastro Rosa contro il tumore al seno, oltre ad altri interventi: in totale sono stati circa **27.000 i materiali di comunicazione** distribuiti, tra **brochure, depliant e locandine**.

La dodicesima edizione milanese della **Settimana Nazionale della Prevenzione Oncologica è stata intitolata “Mangiare bene, fa bene. La salute nel piatto”** e ha visto la partecipazione degli allievi della scuola alberghiera C.A.P.A.C. e il sostegno di venti rinomati ristoratori milanesi, uniti per promuovere l'importanza dell'alimentazione mediterranea anche attraverso il **“piatto della salute”**, proposto nei loro ristoranti.

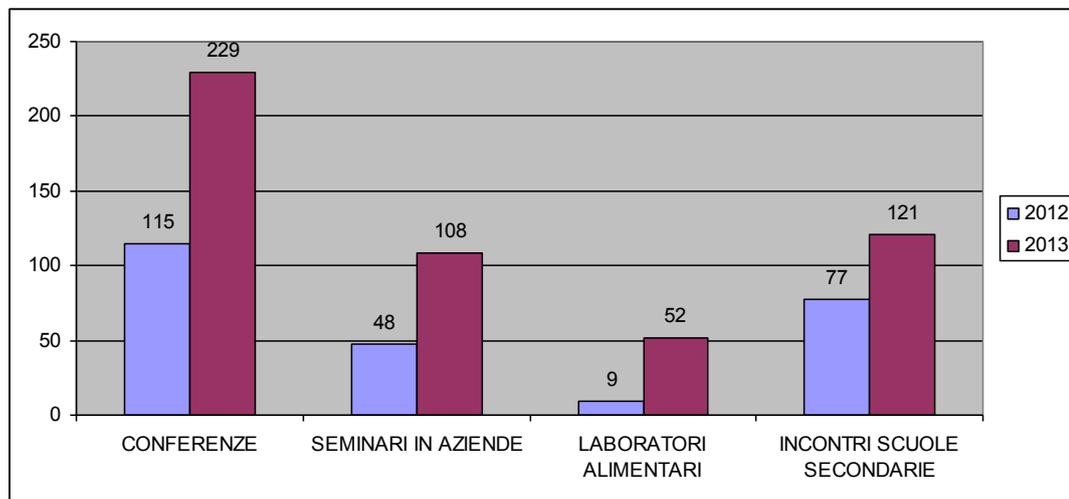
Nell'ambito della **Giornata Mondiale senza Tabacco** è stata realizzata la nuova campagna contro il fumo **“Siate gentili con i fumatori”**, che ha cercato di parlare del problema del tabagismo in chiave ironica e moderna: per la prima volta, difatti, oltre alla classica veicolazione sono state organizzate in diverse parti della città azioni di teatro sociale, simili a **flashmob**, tecnica utilizzata anche in occasione della campagna Nastro Rosa in piazza della Scala.

Nell'ambito della **lotta al tabagismo** sono proseguiti i percorsi per la disassuefazione al fumo, che quest'anno hanno registrato un lieve ma chiaro **segnale di apertura** da parte delle **aziende**. Prosegue invece il **drastico calo** delle richieste da parte dei **singoli fumatori**, per via dell'entrata in campo della **sigaretta elettronica**, metodo ritenuto più facile e veloce.

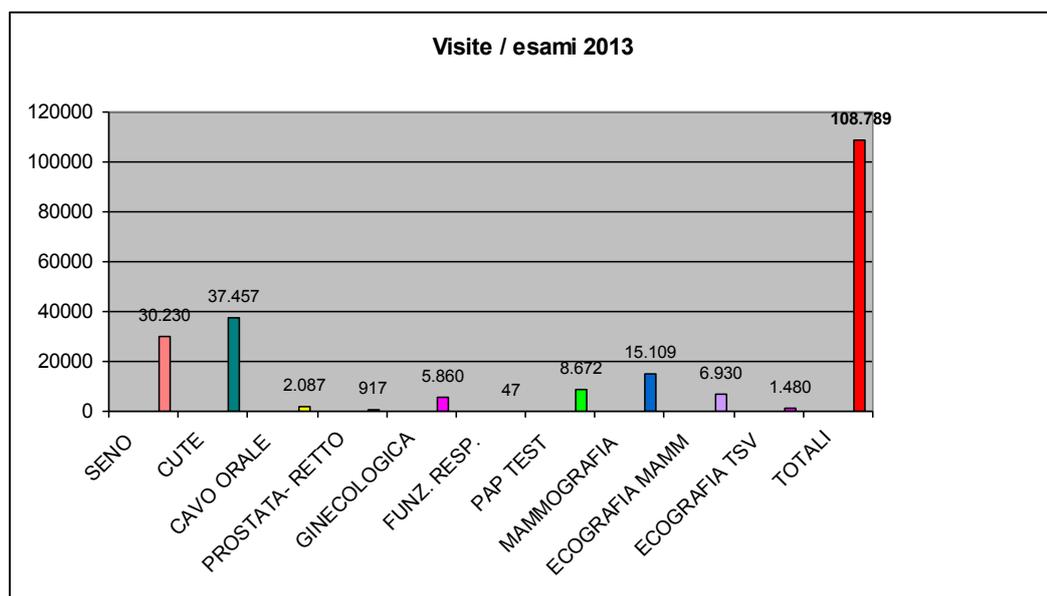
Il 2013 ha visto la chiusura ufficiale del progetto ventennale “Fumo City Story” con i suoi “VISP”, i cui diritti d'autore sono tornati a essere della Casa Editrice Carthusia. Nel corso dell'anno comunque l'attività è proseguita intensamente: oltre **400 gli istituti** interessati, più di **1.000 classi quinte** di Milano e provincia e **592 incontri** svolti. Coinvolti **20.000 bambini**, reclutati quest'anno come **“Agenti Speciali 00Sigarette”**, che hanno manifestato attraverso la loro creatività il desiderio di essere in prima linea per lottare come veri agenti, insieme a insegnanti e famiglie, contro il fumo e per la promozione di stili di vita salutari.

Gli **interventi** fatti all'interno delle **scuole secondarie e di aziende** ed enti pubblici sono aumentati da 125 a 299 con un **incremento di oltre l'80%**. Per le scuole ha giovato un cambio nello stile comunicativo con l'offerta di **interventi poco didattici ma ricchi di testimonianze** che hanno incuriosito e sollecitato i ragazzi a riflettere. L'aumento di interventi in aziende ed enti è stato invece frutto dell'incontro tra le richieste degli stessi e l'offerta di conferenze e di laboratori alimentari sul terreno comune della **cultura di responsabilità sociale dell'impresa nei confronti dei propri dipendenti**, nonché per l'attualità dei temi trattati. In linea con quanto recentemente indicato dal Fondo Mondiale di Ricerca contro il Cancro, la corretta

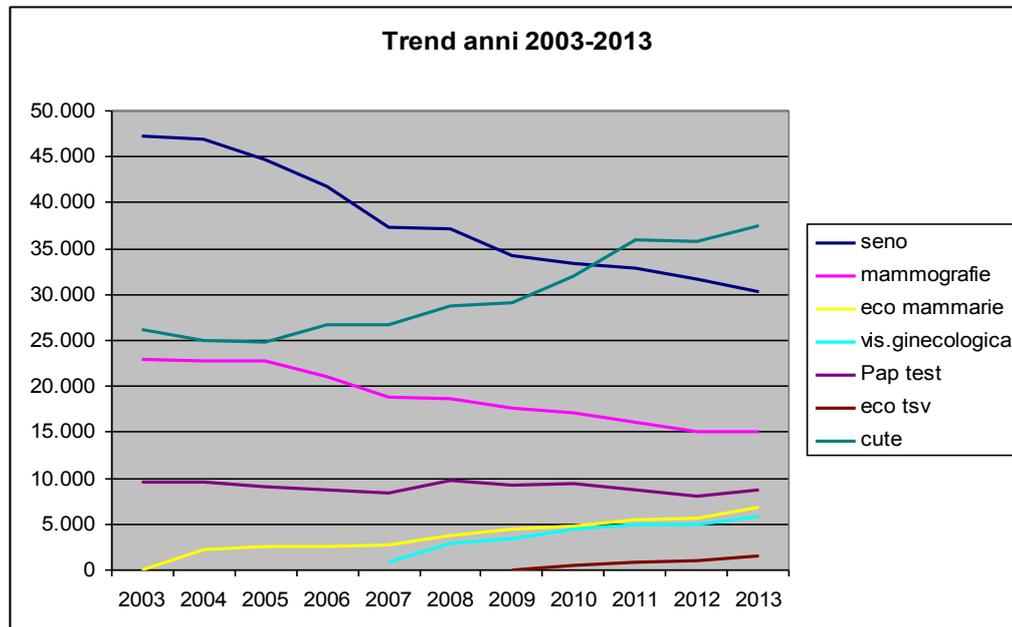
alimentazione è stata uno degli argomenti più sviluppati nel corso del 2013: il 30% di tutti i tumori infatti è direttamente collegato alla dieta, e per alcuni tumori le abitudini alimentari possono incidere addirittura fino al 70%. Le attività nell'ambito di questo tema si sono concretizzate con 52 incontri pratici contro i 9 dell'anno precedente.



Tutte le azioni di **promozione alla salute** hanno avuto la loro ricaduta più evidente nell'attività di **diagnosi precoce** svolta nei 18 Spazi Prevenzione di Milano e provincia, in **38 aziende**, con 7 new entry, **17 Comuni ed Enti** e durante i **3 eventi di sensibilizzazione** con l'effettuazione di **108.789 visite ed esami**, quasi il **4 % in più rispetto al 2012**. Le **prime visite** sono state **15.793**, quelle di controllo 92.996, mentre 602 sono stati i casi fortemente sospetti di patologia oncologica individuati mediante esami strumentali.



Le visite effettuate hanno confermato il graduale cambiamento nelle richieste del pubblico: una **diminuzione delle visite senologiche, una maggior richiesta di ecografie mammarie e di visite alla cute** e un aumento delle prestazioni nella sfera ginecologica con l'abbinamento visita- Pap test e successiva ecografia trans vaginale.



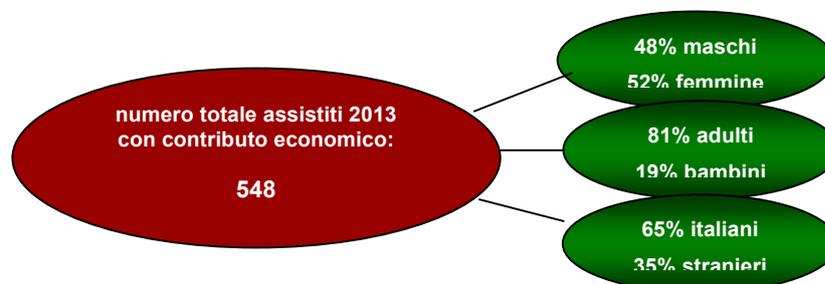
Lo Spazio Prevenzione di Sesto San Giovanni, inaugurato nel mese di ottobre, è stato attrezzato con sofisticati macchinari di ultima generazione in linea con gli standard qualitativi riconosciuti in campo internazionale e al passo con i requisiti delle linee guida delle maggiori società scientifiche e gli Spazi Prevenzione di Abbiategrasso e Bollate, aperti alle fine del 2012, sono stati pienamente operativi nel corso dell'anno.

Presso lo Spazio Prevenzione Caterina da Forlì sono state effettuate le visite che rientrano nell'ambito del progetto D.A.R.E., rivolto a donne a rischio ereditario d'ammalarsi di tumore al seno. E' proseguita inoltre, all'interno dello Spazio Prevenzione Molise, l'attività **"Donna Ovunque"**, dedicata alle **donne extra comunitarie: 713 le visite** senologiche, ginecologiche e i Pap test gratuiti effettuati nel corso dell'anno.

Anche nel 2013 si sono svolti percorsi formativi e organizzativi rivolti alle varie figure professionali, a supporto e miglioramento dell'attività: momenti di incontro, corsi obbligatori tecnico professionali e riunioni annuali con i medici.

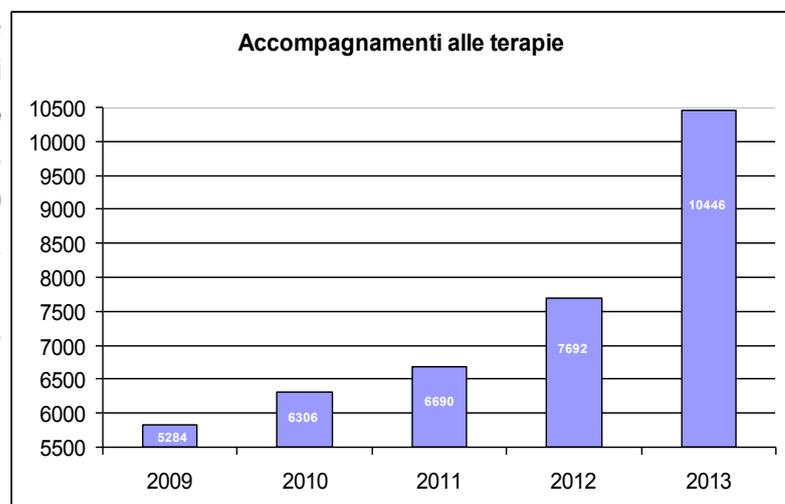
Nonostante l'impatto positivo della diagnosi precoce e una leggera diminuzione della mortalità, in Italia si sono registrati nel 2013 173.000 decessi per cancro, e 2,8 milioni sono le persone che convivono con la malattia, delle quali oltre il 75% ha più di 45 anni.

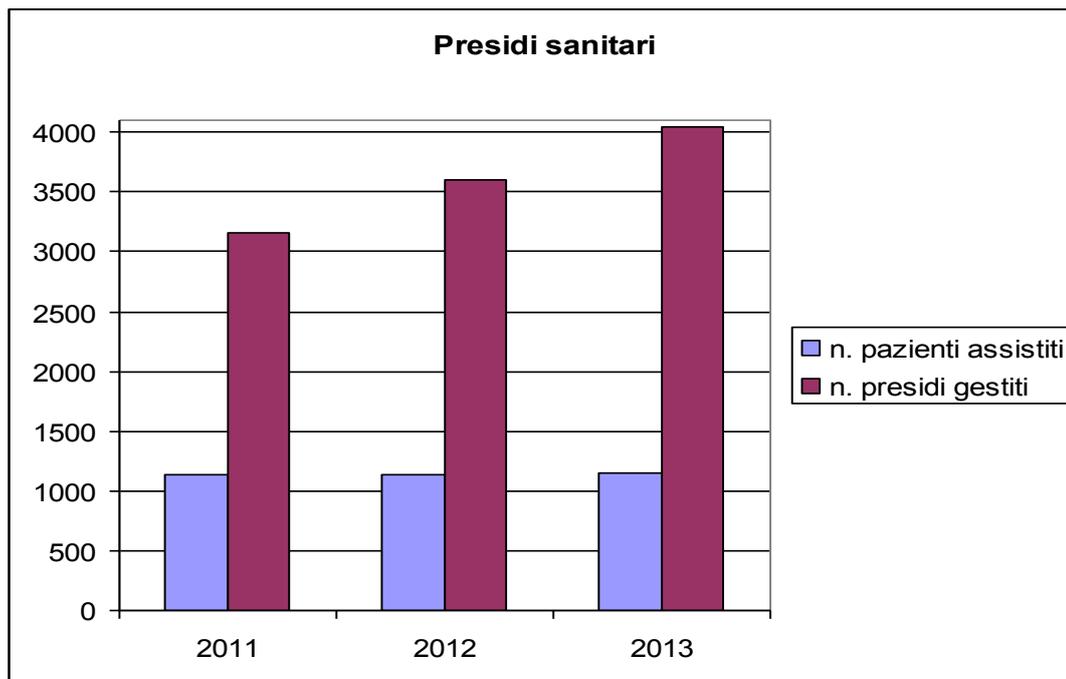
All'interno di questo quadro si è inserita l'attività di assistenza, che nel 2013 si è principalmente concentrata su tre aspetti: l'accoglienza e l'ascolto dei bisogni del malato e della sua famiglia, l'offerta di servizi come l'accompagnamento alle terapie e la consegna a domicilio di presidi; lo studio delle caratteristiche e dei flussi degli assistiti attuali e potenziali. L'analisi ha evidenziato una stabilizzazione delle richieste di aiuti economici da parte dei pazienti adulti e un incremento delle richieste di aiuti nell'area dei bambini. Per quanto riguarda le richieste di contributi per viaggio e alloggio, invece, si è registrata una contrazione in quelle pervenute da fuori provincia, probabilmente causata dai costi, per molti non più sostenibili, degli spostamenti.



Il settore assistenza ha effettuato circa 10.000 interventi a favore di 1.170 pazienti.

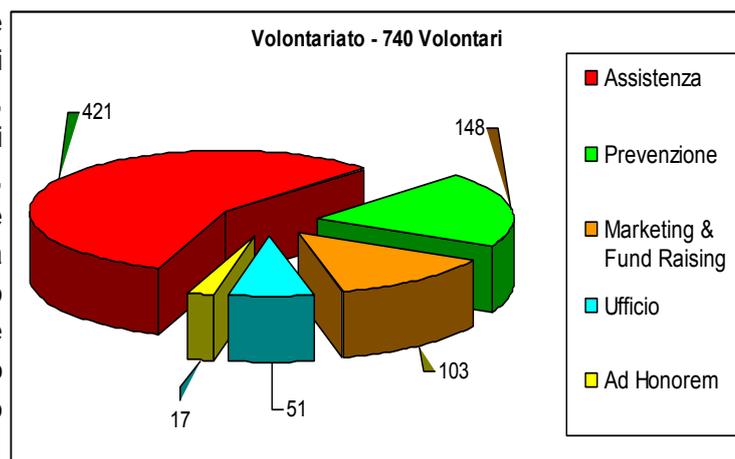
Si è registrato un notevole incremento dei servizi quali l'accompagnamento alle terapie, aumentato del 37% circa per un totale di 270.000 chilometri percorsi, e la consegna dei presidi sanitari, che è aumentata del 12% circa.





E' proseguito il progetto Qualità di vita, in particolare con **le attività dell'ArtLab** – Laboratorio artistico che ha visto la partecipazione di **80 pazienti** e registrato due novità: un corso di teatro e il corso “9+1 i viaggi della LILT”.

Lo svolgimento di tutte queste attività è stato possibile grazie ai **740 volontari** dell'Associazione, di cui 106 nelle delegazioni di Abbiategrosso, Concorezzo, Legnano e Trecella. Nonostante il numero di volontari sia aumentato leggermente rispetto al 2012 non è stato comunque possibile raggiungere l'obiettivo di 800 unità. Le cause sono diverse, e vanno individuate



probabilmente **nell'ancora scarsa rappresentatività dell'Italia solidale, dei volontari come cittadini attivi e della loro passione civile**. Il volontariato si è nel tempo ritagliato con fatica un ruolo da co-protagonista accanto alle istituzioni pubbliche a seconda delle competenze ma non ha ancora ottenuto il giusto **peso nella “governance” delle politiche sociali**. Nel corso dell'anno i volontari hanno dato il via a un “progetto pilota” nel day-hospital di chemioterapia dell'Istituto Tumori di Milano.

Sono, inoltre, stati i **portavoce per la promozione dei corretti stili di vita e per la diagnosi precoce** partecipando attivamente ai diversi eventi di sensibilizzazione organizzati. Insieme a loro è stato possibile raggiungere **tre importanti traguardi: il 50° anniversario** dello Spazio prevenzione di Cesano Maderno, **il 30°** della delegazione di Legnano e **il 20°** dell'Hospice del Pio Albergo Trivulzio. Come ogni anno è proseguita l'attività di formazione per i volontari attraverso la XXIX edizione del Corso di Formazione e Qualificazione del volontario in oncologia e gli incontri di aggiornamento continuo. In occasione della XXIX edizione della Giornata del volontario sono stati celebrati i traguardi raggiunti da alcuni di essi: **69 volontari hanno infatti raggiunto i 20, 10 e 5 anni di attività**, mentre sono stati **accolti ufficialmente 73 nuovi volontari**.

Formazione e motivazioni risorse

L'Associazione **crede** fermamente **nelle persone che ne fanno parte**, a tutti i livelli. Risorse fondamentali che costituiscono quel **capitale umano da tutelare**, valorizzare e formare, un patrimonio il cui valore è difficile da restituire con i freddi numeri, ma che rappresenta **l'asset principale della Lega**. Anche nel corso del 2013, quindi, si è proceduto a organizzare diversi momenti di incontro, corsi di formazione e team building, utili per migliorare o ampliare le competenze e le conoscenze delle persone che fanno parte dell'Associazione, per mantenere un clima lavorativo fruttuoso all'insegna del rispetto e della collaborazione e per fare **sentire tutti parte integrante di un progetto più ampio** e di una missione di alto valore sociale.

Ringraziamenti

A conclusione di questa relazione non si può che ritornare a sottolineare il contributo fondamentale di tutti coloro che hanno attivamente permesso di realizzare tutte le attività brevemente citate, consentendo all'Associazione di perseguire la sua importante missione sociale e di raggiungere gli obiettivi prefissati. A tutti loro, **soci, sostenitori, aziende partner, volontari, collaboratori e istituzioni va il nostro grazie**. La fiducia, il tempo, le risorse e l'attenzione che hanno dedicato all'Associazione ne rappresentano al tempo stesso l'anima e la struttura fondante. Sono loro il vero punto di forza, da apprezzare e lodare ancora di più in periodi difficili come quello attuale. **Risorse insostituibili a cui essere immensamente grati e di cui essere fieri**.