

Il retroscena *Marchio d'eccellenza*

Infantile torinese "brand" che vale 10 milioni l'anno

«Il brand Regina Margherita resterà nel nuovo Parco della Salute», assicurano i vertici della super-azienda sanitaria di corso Bramante. Una promessa da mantenere, pena la perdita di un flusso di energia, sia in termini economici sia di immagine positiva, che la sanità torinese (e piemontese) farebbe male a lasciar scivolare via. Soltanto nel 2018 e già per i primi sei mesi del 2019 in piazza Polonia, dove a Natale quest'anno si sono dati appuntamento ventimila Babbi Natale volontari e ogni anno vengono in visita Ronaldo e gli altri assi nostrani del pallone, sono arrivati finanziamenti per più di undici milioni di euro. Servono a ristrutturare reparti, a comprare tecnologie d'avanguardia, a creare nuovi percorsi di umanizzazione che

migliorano la vita alle famiglie. Risorse che sarebbe assai difficile raccogliere se l'ospedale non fosse l'infantile che cura i bambini da tutto il Piemonte (5.300 ricoveri, 43mila passaggi in pronto soccorso, 3.300 interventi, 143mila prestazioni ambulatoriali) e che, ormai periodicamente, dimostra di avere competenze mediche e chirurgiche di primissimo piano in Italia e in Europa. Due milioni e mezzo sono stati raccolti dall'Associazione Adisco, da anni attivissima per i piccoli pazienti del Regina Margherita, e hanno cambiato radicalmente il look del pronto soccorso. Una cifra a cui si sono aggiunti 500mila euro messi a disposizione dalla **Compagnia di San Paolo**. La somma più importante, 6 milioni, arriva da

Specchio dei Tempi ed è stata indirizzata alla nascita del percorso cuore-polmone pediatrico. Altri 600mila euro si sono rivelati preziosissimi per rinnovare la pediatria e questa volta sono il regalo di una torinese che li ha lasciati in

eredità. Trecentomila euro portano il marchio Forma, la Fondazione in prima fila per l'ospedale infantile. L'inizio del 2019 porterà presto l'inaugurazione della nuova pediatria allargata: i lavori stanno terminando. Quattrocentomila euro saranno spesi per macchinari di ultima generazione per il pronto soccorso e l'attività di fundraising dovrebbe consentire l'acquisto degli accessori della risonanza magnetica. Fra cinque-sei mesi

è prevista la fine del cantiere per il restyling dell'oncologia e anche in questo caso sarà l'Adisco della famiglia Lavazza a garantire un regalo di un milione di euro.

Ma il "marchio" Regina Margherita, racconta **Franca Fagioli**, cresce anche per i progetti di ricerca che si realizzano in piazza Polonia: 800mila euro solo nel 2018, soldi che vedono come mittente il ministero ma anche privati come Fondazione Veronesi, Airc (l'associazione italiana per la ricerca sul cancro) o **Compagnia di San Paolo**. Di tutto rispetto anche la classifica degli infanti italiani. Parità con il Gaslini di Genova, meglio del Meyer di Firenze. Alle spalle del Bambin Gesù per attività. — **s. str.**



Babbi Natale L'evento più coinvolgente del "brand" Regina Margherita

