

L'attività della raccolta fondi 2001 del Meyer:
analisi ed indicazioni.

Indice:

- 1. Introduzione**
- 2. Dati aggregati anno 2001**
- 3. Analisi dati**
 - 3.1. Confronto con gli anni precedenti**
 - 3.2. I donatori**
 - 3.3. Modalità di donazione**
- 4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer**
- 5. Iniziative speciali e curiosità**
- 6. Conclusioni ed indicazioni**

1. Introduzione

È il quarto anno che, nell'ambito della convenzione tra la Facoltà di Economia di Firenze (Dipartimento di Scienze Aziendali) e l'Azienda Ospedaliera Meyer, viene redatta questa relazione che analizza l'attività di raccolta fondi del Meyer.

Il lavoro che segue nasce dallo studio dei dati in possesso dell'U.O. Comunicazione, Pubbliche Relazioni, Marketing e Formazione dell'Azienda Ospedaliera Meyer e della Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer ONLUS aventi ad oggetto le donazioni effettuate per il Meyer nell'anno 2001.

Per la prima volta abbiamo, come oggetto della nostra analisi, i bilanci annui completi di due enti, in quanto, nella precedente analisi, l'ambito temporale dell'attività della Fondazione, era limitato a due mesi. Questo ci ha consentito di analizzare "in parallelo" i risultati ottenuti dalle due realtà con raffronti e spunti interessanti sia sul volume (che anche quest'anno ha raggiunto un nuovo record), sia sulle varie modalità e tipologie di donazione.

Come sempre, non vengono considerate in questa analisi le donazioni frutto dell'attività delle numerose associazioni dei genitori, con la sola esclusione di alcune partite dirette.

I dati sono stati scomposti, analizzati ed aggregati in categorie omogenee al fine di raggiungere una valutazione che permetta di fornire delle indicazioni di base.

Gaetano Aiello, Alessandro Benedetti, Lorenzo Pacinotti

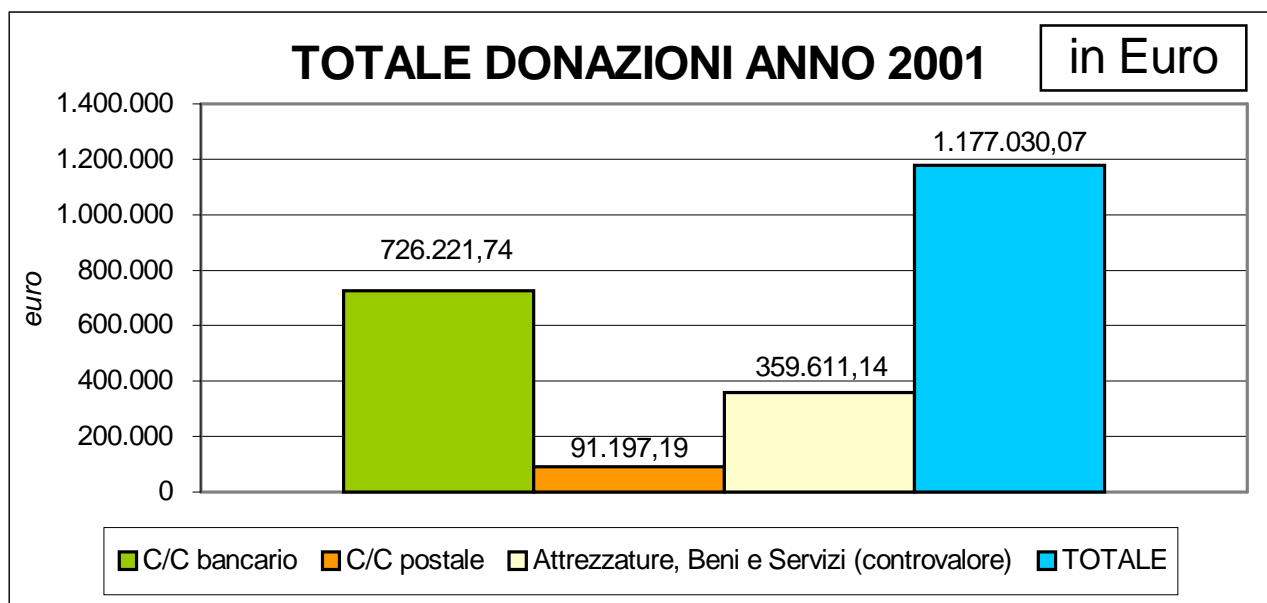
2. Dati aggregati anno 2001

Per l'elaborazione dei dati si è proceduto alla ripartizione delle donazioni distinguendo 3 modalità d'ingresso:

- a) C/C bancario
- b) C/C postale
- c) Attrezzature, Beni e Servizi (controvalore)

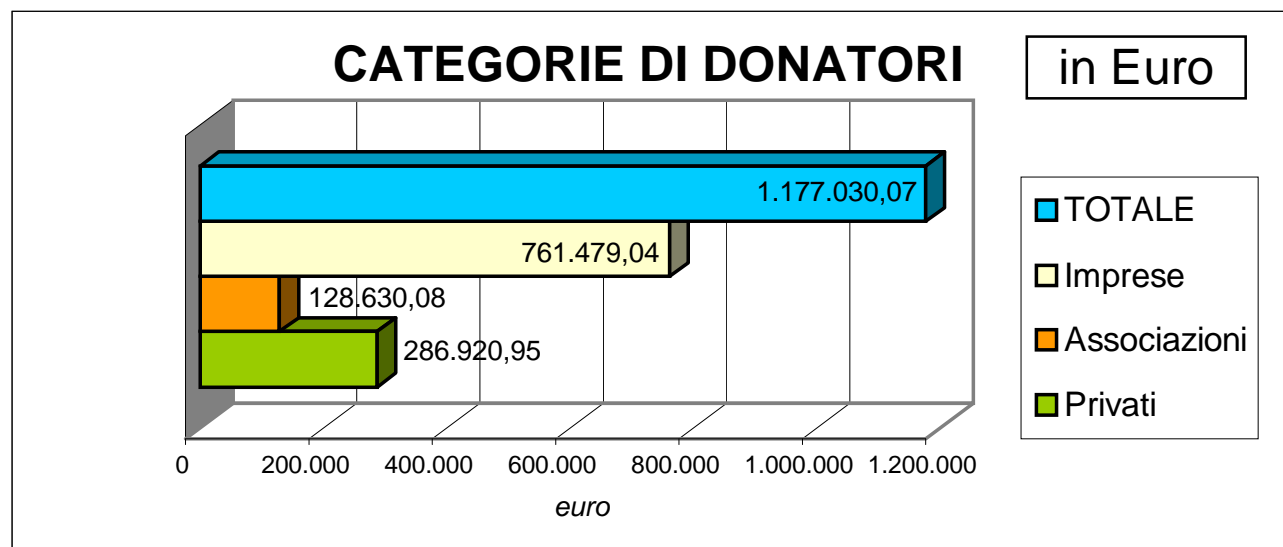
Mentre le prime due modalità entrata sono state successivamente anche analizzate attraverso la tipologia di destinazione (libera o vincolata), la destinazione delle attrezzature è sempre stata determinata dalla Direzione Aziendale dell'Ospedale Meyer.

Il primo grafico mostra i totali aggregati in Euro delle diverse modalità d'ingresso in cui sono state suddivise le donazioni del 2001:

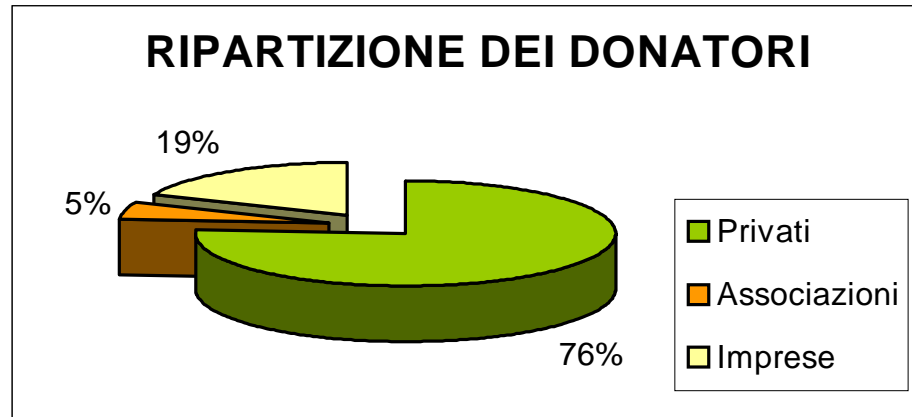


Parallelamente sono stati analizzati 3 diversi segmenti di donanti:

- 1) Privati
- 2) Associazioni
- 3) Imprese



La **ripartizione percentuale** del totale dei donatori (888) mostra una **netta predominanza dei privati**, che anche nel 2001 hanno continuato a recitare la parte del leone; tuttavia le **imprese** hanno **quasi raddoppiato** la propria percentuale sul numero totale delle donazioni e le associazioni, pur subendo una diminuzione in termini percentuali, hanno incrementato le loro contribuzioni. Tutto ciò testimonia l'**accresciuta capacità attrattiva** e "di contatto" con il territorio da parte del Meyer.

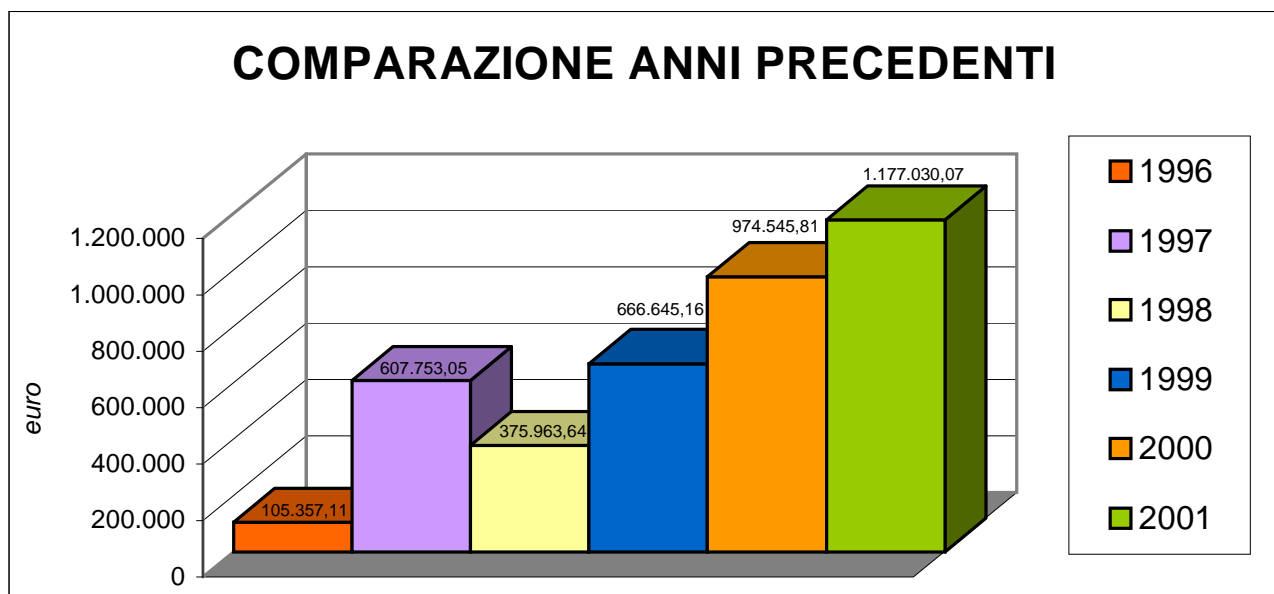


3. Analisi dati

3.1 Confronto con gli anni precedenti

L'anno 2001 è stato il migliore da quando il Meyer ha attivato nel 1996 la raccolta diretta di fondi e il risultato di **1.177.030,07 Euro** (pari a **Lire 2.279.048.014**) riflette e testimonia la positiva tendenza di crescita che ha accompagnato il fundraising del Meyer, soprattutto dal 1997 in poi, quando con l'istituzione dell'U.O. Relazioni Esterne l'attività di raccolta fondi ha assunto natura organizzata.

Dal grafico seguente è possibile notare il livello di crescita delle contribuzioni ed il raggiunto consolidamento dei risultati: si parte dai 105.357,11 Euro del **1996**, passando ai 607.753,05 Euro del **1997** (risultato raggiunto grazie a delle contribuzioni straordinarie) e ai 375.963,64 Euro del **1998** (che non presentano partite straordinarie, ma che hanno visto la crescita del numero dei donatori). Poi ai 666.645,16 Euro del **1999**, si arriva fino ai 974.545,81 Euro del **2000** (risultato raggiunto grazie ad una partita straordinaria) e soprattutto ai **1.177.030,07 Euro del 2001** che rappresentano uno straordinario risultato visto che si basa non tanto su donazioni straordinarie, ma sul **cospicuo numero di donatori** e sulle **molteplici iniziative** promosse dal Meyer.



Quindi anche nel 2001, secondo un trend evidenziatosi negli ultimi anni, continua in maniera evidente la **crescita quantitativa e qualitativa** dell'attività di **raccolta fondi**. Questo dipende dalla raggiunta maturità della funzione aziendale esercitata dall'U.O. Comunicazione, Relazioni Pubbliche, Marketing e Formazione, che è riuscita a consolidare ed accrescere i legami con il tessuto sociale di riferimento attraverso l'attività di comunicazione e attraverso le numerose iniziative pubbliche realizzate per il Meyer. Tale funzione ha trovato il "volano" nella Fondazione Meyer che, grazie alla sua natura giuridica privata e di ONLUS, è riuscita a creare attività sinergiche all'Azienda attirando verso il Meyer un bacino di donatori significativi anche a fronte dei vantaggi offerti da una normativa fiscale favorevole.

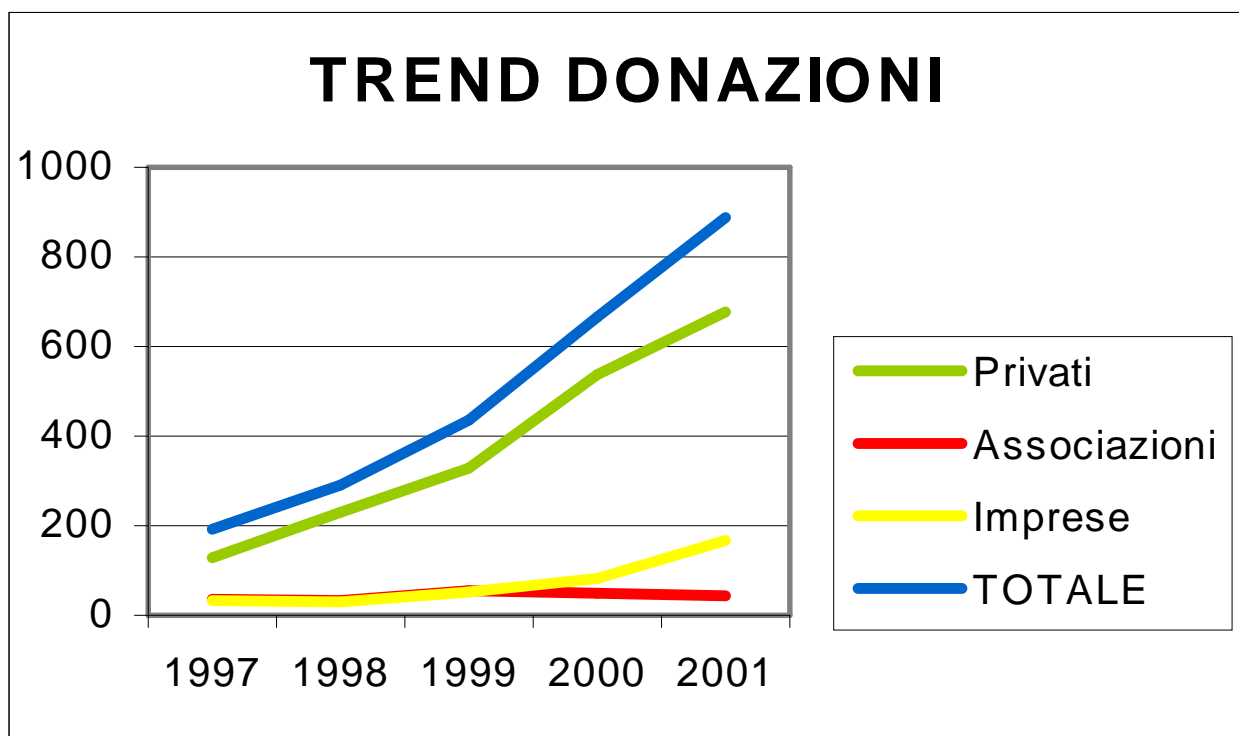
3.2 I donatori

L'aumento dell'importo totale delle donazioni è strettamente correlato alla crescita totale del numero dei donatori, infatti anche nel 2001 i donatori sono cresciuti (**221 donatori in più**) consolidando gli aumenti percentuali degli scorsi anni.

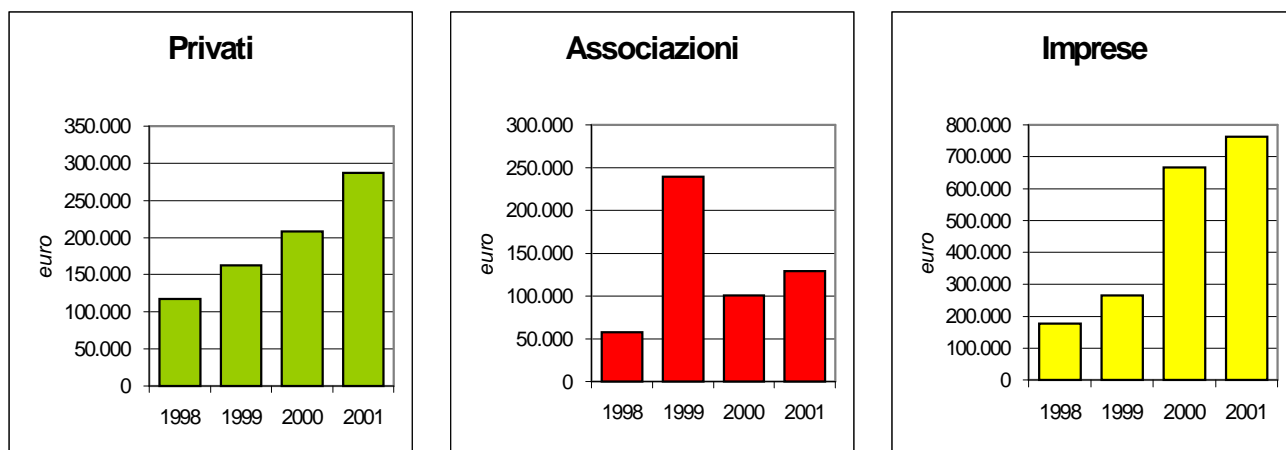
Dal 1997 quindi i donatori **sono cresciuti del 463%** ad un tasso medio annuo del **36%**, facendo praticamente pervenire al Meyer una media di **più di 2 donazioni ogni giorno** effettivo dell'anno (2,43) con una media aritmetica di **donazione giornaliera di 3.224,74 Euro** (pari a lire 6.243.967 lire)

ANNO	PRIVATI	ASSOCIAZIONI	IMPRESE	TOTALE
1997	130	36	32	192
1998	229	32	30	291
1999	330	55	51	436
2000	536	49	82	667
2001	677	45	166	888

Il dato più rilevante continua ad essere il numero delle donazioni effettuate dalla categoria dei privati che ha raggiunto il numero di 677 contribuzioni. Nel 2001 i privati sono aumentati del 26%, il totale delle associazioni rimane in linea con gli anni passati, mentre sono più che **raddoppiate le imprese** che sempre più si impegnano in solidarietà ma anche in operazioni di **Marketing Sociale e Co-Marketing** con il Meyer, che soprattutto attraverso la Fondazione fornisce un servizio di consulenza ed un supporto strategico di comunicazione ai propri partner.



Il grafico seguente confronta, nei vari anni, il totale delle donazioni per ogni categoria di donatore:



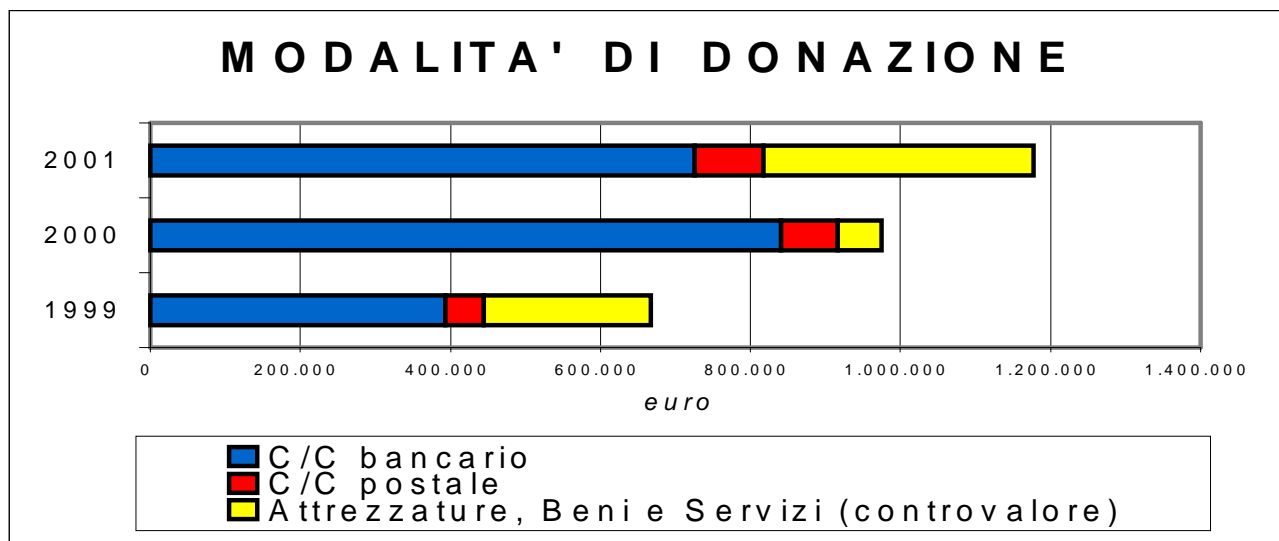
Rielaborando il totale delle donazioni si nota che il **70% delle contribuzioni** si trovano nella **fascia bassa** (sotto i 51.65 Euro, pari a 100.000 Lire) e **medio-bassa** (tra 51.65 e 258.23 Euro, pari all'intervallo tra 100.000 e 500.000 Lire). Proprio in queste 2 prime fasce si riflettono prevalentemente le contribuzioni dei **privati** che registrano una donazione media normalizzata di **233 Euro**, mentre le donazioni medie normalizzate delle **associazioni** sono invece di **973 Euro** e quelle delle **imprese** sono di **2.285 Euro**.

CLASSI DONAZIONI	TOTALI
• 51,65	308
51,65 < X • 258,23	309
258,23 < X • 516,46	94
516,46 < X • 5.164,57	151
> 5.164,57	26
	888

3.3 Modalità di donazione

Il **bollettino di conto corrente postale** per i **privati** e il **bonifico bancario** per le **imprese** rappresentano le modalità di donazione preferite, anche se il primo è utilizzato generalmente per importi medio-bassi, mentre il secondo per importi più rilevanti.

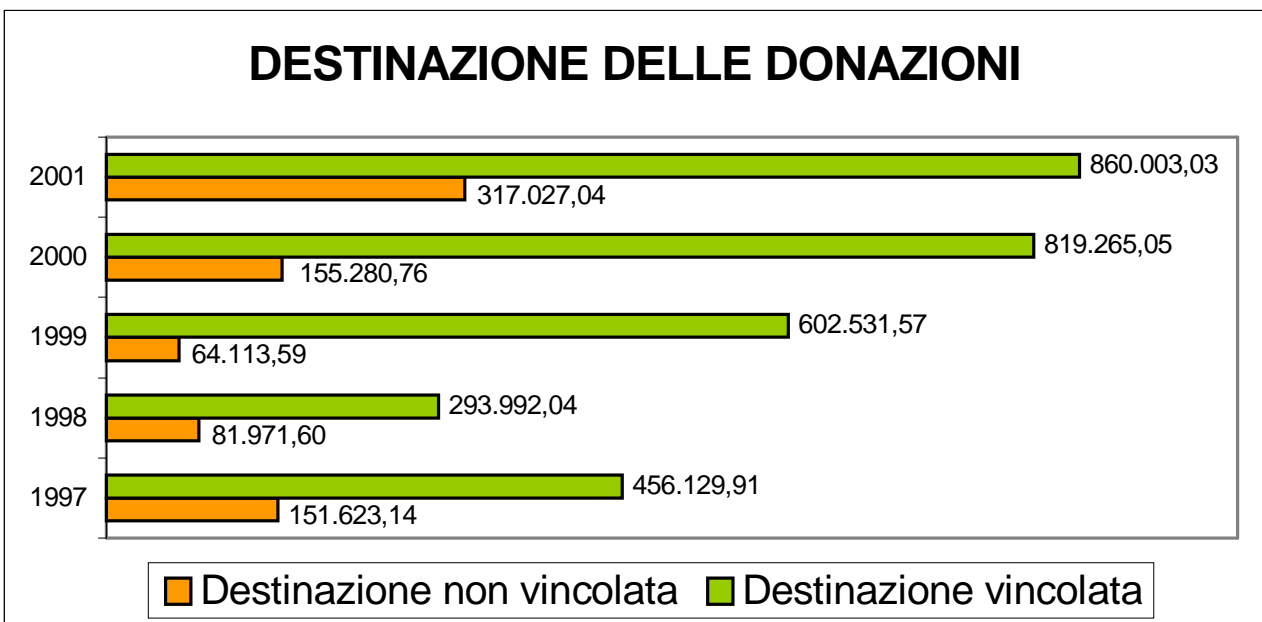
Nel totale la somma più alta è quella che deriva dai versamenti su C/C bancario, ma continuano a crescere i versamenti sul C/C postale (conseguenza dell'aumento sempre più elevato del numero dei donatori privati) e quest'anno aumentano anche le donazioni effettuate in **apparecchiature**, cioè beni, servizi e strumentazioni scientifiche donate o appositamente comprate per l'Ospedale.



3.4 Destinazione delle donazioni

Per quanto riguarda la destinazione delle donazioni appare evidente la **consolidata crescita** della **destinazione programmata** su specifiche necessità del Meyer. Anche nel 2001 il totale delle donazioni, che già al momento della loro effettuazione aveva un riferimento certo di applicazione, risulta essere molto alto, infatti tra destinazione vincolata e attrezzature, beni e servizi (il cui apporto è concordato con l'Azienda Ospedaliera su specifiche necessità) tale valore è pari a circa il **73%**. Questa quota di contribuzioni ha fin dall'inizio una sua allocazione certa e ciò è sinonimo di maggiore trasparenza nei confronti dei donatori e di un impiego razionale delle risorse da parte dell'Azienda che indirizza le donazioni verso le proprie esigenze.

Confrontando negli anni questa "scelta indirizzata" occorre enfatizzare il crescente aumento del valore assoluto delle donazioni vincolate e la corrispondente consolidata percentuale sul totale aggregato, infatti dal 75% del 1997 si è passati al 78% del 1998, fino ad arrivare al 90% del 1999, per poi confermarsi nel 2000 con l'84% e nel 2001 con il 73%, per una media generale dell'80%.

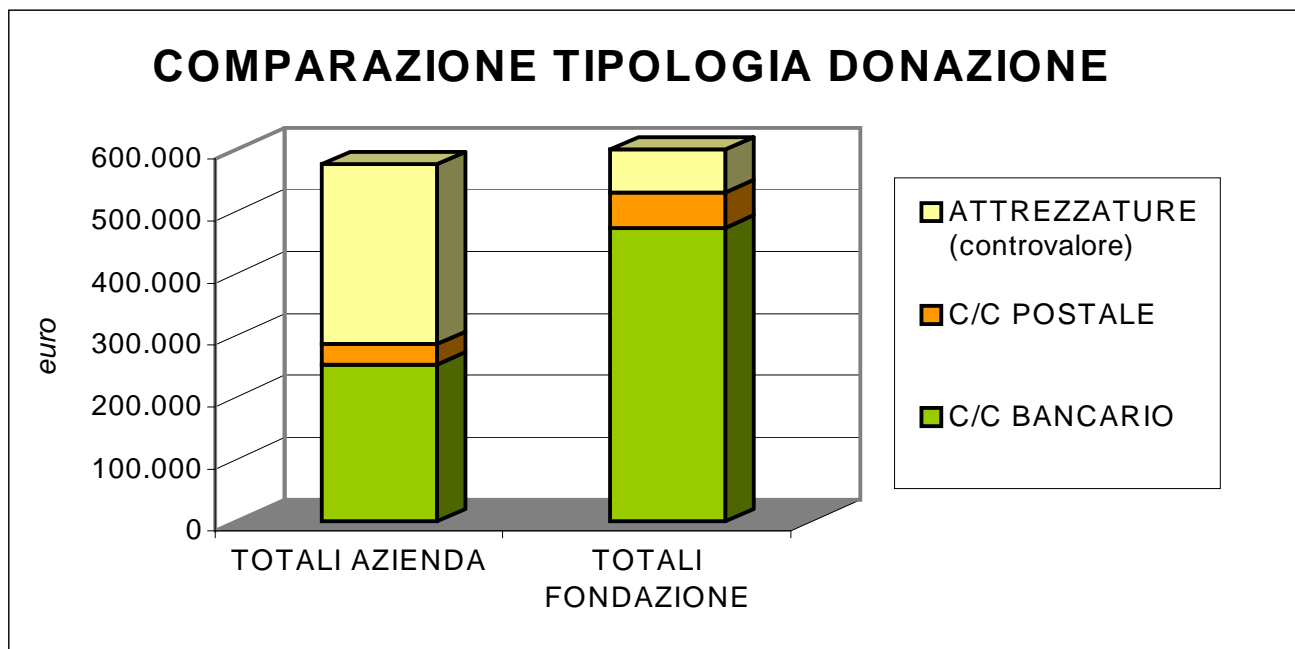


4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer

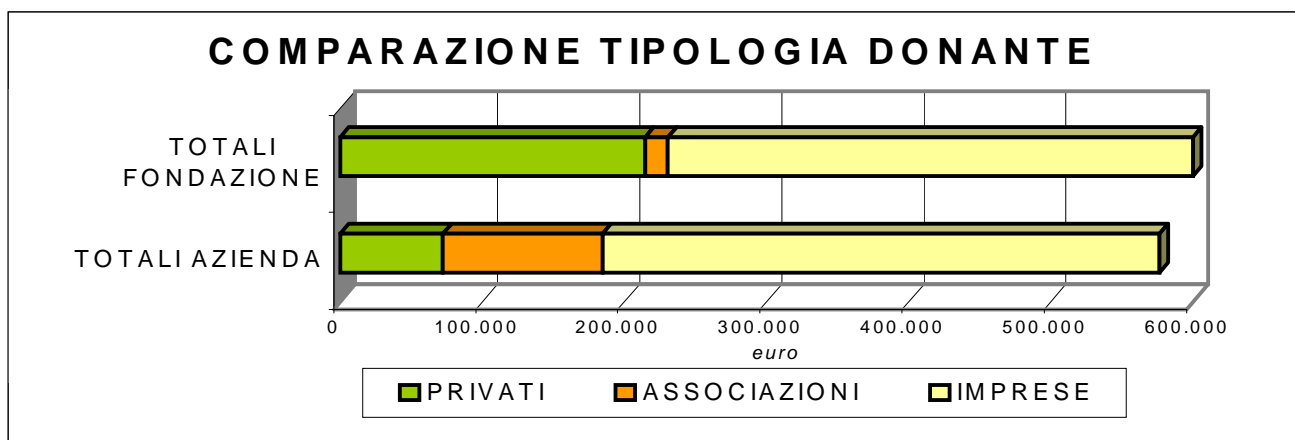
Dal novembre 2000, all'attività di raccolta fondi dell'Azienda Meyer si è affiancata in forma complementare quella della **Fondazione dell'Ospedale**, ente strettamente legato all'Azienda Meyer per vincoli statutori e presieduto, tra l'altro, dalla medesima persona fisica che ricopre il ruolo di Direttore Generale dell'Azienda Meyer. La Fondazione, grazie alla sua natura di **O.N.L.U.S.** (Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale), gode di alcune **agevolazioni** che facilitano il rapporto di interlocuzione (anche commerciale) con le varie realtà imprenditoriali del territorio. Questo grazie alla sua estrema flessibilità ma soprattutto grazie ad una **normativa legale e fiscale semplificata** e facilitante in special modo i rapporti di donazione e relativa deducibilità fiscale. Messo in evidenza il rapporto tra i due enti "target" Meyer, dall'analisi dei dati 2001, primo vero anno di attività della Fondazione, si evidenziano alcune particolarità interessanti: innanzitutto, come si deduce da quanto espresso sopra, i rapporti con le **imprese** risultano numericamente molto più elevati nella Fondazione, infatti ad essa si rivolgono quasi il 90% delle aziende donatrici. L'Azienda mantiene invece un numero più elevato di donazioni derivanti da singoli privati soprattutto grazie all'istituzione dei vecchi bollettini postali prestampati. Si osserva inoltre che l'importo medio delle donazioni della Fondazione risulta tendenzialmente più elevato rispetto a quello dell'Azienda Meyer.

Nel suo primo integrale anno di attività la Fondazione ha ottenuto risultati superiori alle previsioni e il sempre più graduale passaggio delle varie attività di marketing e fundraising dell'Azienda Meyer alla Fondazione evidenzierà tale trend nel corso degli anni. Analiticamente i singoli apporti di Azienda e Fondazione sono illustrati dalle seguenti tabelle e grafici:

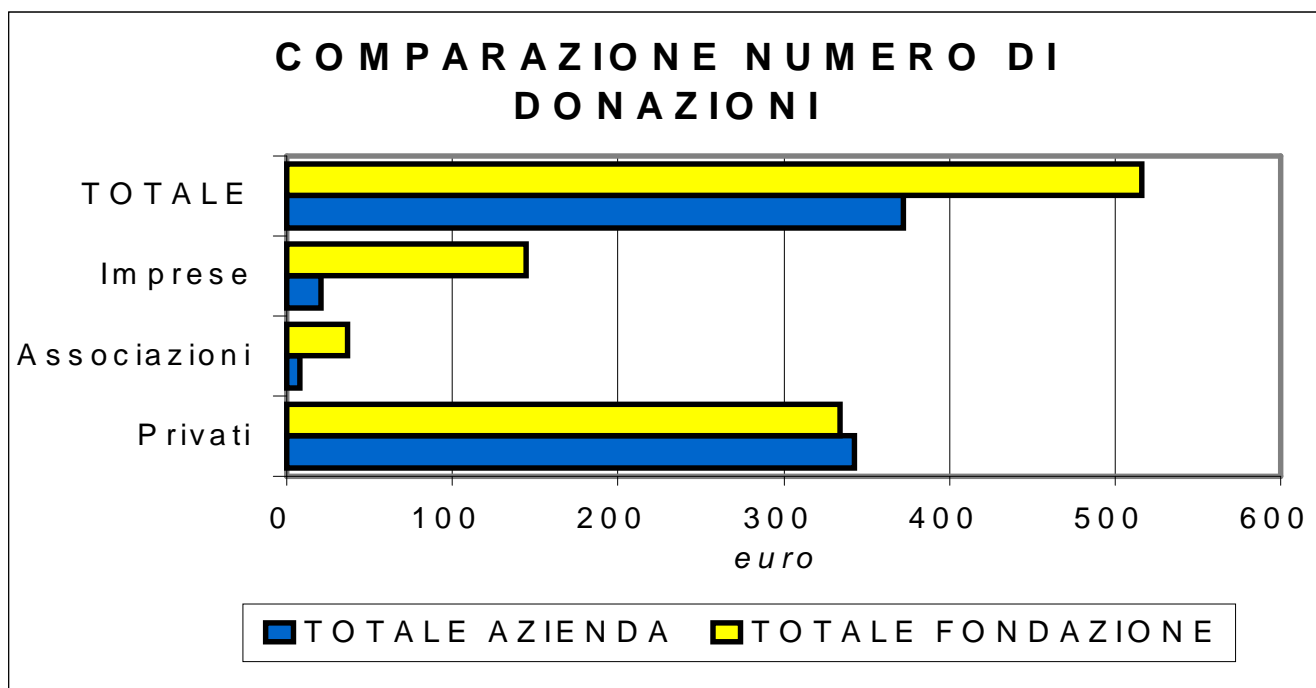
DONAZIONI 2001 Tipologia donazione	C/C BANCARIO	C/C POSTALE	ATTREZZATURE (controvalore)	TOTALE
TOTALI AZIENDA	252.921,70	33.240,42	289.939,55	576.101,67
TOTALI FONDAZIONE	473.300,04	57.956,77	69.671,59	600.928,40
TOTALE DONAZIONI	726.221,74	91.197,19	359.611,14	1.177.030,07



DONAZIONI 2001 Tipologia donante	PRIVATI	ASSOCIAZIONI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	72.440,63	112.328,50	391.332,54	576.101,67
TOTALI FONDAZIONE	214.480,32	16.301,58	370.146,50	600.928,40
TOTALE DONAZIONI	286.920,95	128.630,08	761.479,04	1.177.030,07



DONAZIONI 2001 Numero di donazioni	PRIVATI	ASSOCIAZIONI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	343	8	21	372
TOTALI FONDAZIONE	334	37	145	516
TOTALE DONAZIONI	677	45	166	888



Da quest'ultimo grafico si può notare un'ulteriore rilevante caratteristica della raccolta delle donazioni da parte degli enti targati "Meyer": entrambi hanno raccolto una cifra superiore di 575.000 Euro, ma mentre l'Azienda Meyer ha ottenuto tale risultato basandosi su poche, ma cospicue partite di grandi istituzioni che, da sole, hanno garantito oltre 330.000 Euro, il vero risultato sul territorio è stato raggiunto dalla Fondazione che ha avuto la capacità di attrarre **516** donanti e di raccogliere una cifra superiore a quella dell'Azienda.

In dettaglio l'Azienda Meyer di netto delle attrezzature, beni e servizi (controvalore) e delle maggiori partite straordinarie ha raccolto sul territorio una cifra inferiore di 73.000 Euro contro i 600.000 Euro della Fondazione Meyer. I contributi straordinari raccolti dall'Azienda Meyer si riferiscono principalmente alla donazione di una apparecchiatura diagnostica del valore di 117.362,46 Euro da parte dell'iniziativa della Confederazione Nazionale Misericordie d'Italia e Lions Club International della Toscana, di contributo che la Centrale del Latte di Firenze, Pistoia e Livorno, a fronte dell'accordo di Marketing sociale per il quale tutti i prodotti Mukki vengono contrassegnati dal logo Meyer, effettuata a favore dell'attività di ricerca scientifica dell'Ospedale (circa 110.000,00 Euro) ed infine di contributo che l'Ente Cassa di Risparmio ha destinato per la ludoteca del Meyer pari a 103.291,38 Euro.

Al contrario la maggiore contribuzione ricevuta dalla Fondazione si riferisce alla donazione effettuata dalla **NAVITA**, che ha messo a disposizione il proprio software **WEB MATE** e la propria assistenza per la costituzione del nuovo "portale Internet" dell'Ospedale Pediatrico Meyer (inaugurato solo poche settimane fa), servizio il cui controvalore è di poco superiore di 36.000,00 Euro.

5. Iniziative speciali e curiosità

Anche nel 2001 il Meyer ha visto crescere la sua capacità attrattiva e gestione di eventi privati e pubblici. L'Ospedale, soprattutto attraverso la sua Fondazione, costituisce ormai un valido supporto di staff a privati, associazioni ed imprese, che sul territorio dedicano i loro sforzi per raccogliere fondi e per fare conoscere esigenze e necessità del Meyer.

Direttamente il Meyer ha organizzato i suoi due consueti appuntamenti dedicati: uno, "Facciamoci in quattro per il Meyer", alla comunità l'altro, "Il Meyer per il Meyer", ai suoi pubblici interni.

L'edizione 2001 di "**Facciamoci in quattro per il Meyer**", ha visto protagonista il mondo del Golf. Partner organizzativo di questa manifestazione, sostenuta da un numero notevole di aziende, è stato il **Golf Club Ugolino**, che ha curato la parte sportiva ed ha realizzato insieme alla Fondazione Meyer una vera e propria settimana del golf in Toscana per il Meyer. Il risultato dell'evento è stato molto rilevante, non solo in termini economici (oltre 100.000.000 di lire in erogazioni, beni e servizi), ma anche di eco sui media, grazie al rinnovato impegno di tanti personaggi del mondo dello spettacolo e dello sport che si sono "dimenticati" in questa disciplina sportiva. L'ingresso a tutte le manifestazioni, che sono culminate nella giornata del 2 giugno, è stato gratuito grazie ai numerosi sponsor di cui ricordiamo i principali: **Cassa di Risparmio di Firenze, Drogherie e Alimentari e Mukki Centrale del Latte**. Un ringraziamento ai testimoni dell'iniziativa: **Fiona May** (vincitrice della gara), **Manuel Rui Costa, Cesara Buonamici** ed **Enrico Chiesa** e a tutti coloro che hanno partecipato all'insolita gara.

L'altro appuntamento fisso natalizio, "**Il Meyer per il Meyer**", si è svolto come sempre allo splendido **Teatro della Pergola** di Firenze e protagonisti dell'evento sono stati: il **video** del Nuovo Meyer (regia di Marco della Fonte per UFO FILM), **Andrea Agresti, Dario Cecchini, Max de Palma, Bruno Santini** (voce di "Bruno lo zozzo" protagonista del sito Internet dei bambini "La presa della pastiglia") e **Gaetano Gennai**. L'ingresso anche in quest'occasione era gratuito e riservato agli amici del Meyer: operatori e loro famiglie, aziende e tutti coloro che nell'anno avevano effettuato una donazione al Meyer. Molti regali sono stati distribuiti a tutti gli intervenuti e, anche in questo caso, l'evento è stato reso possibile grazie a delle aziende partner di cui ricordiamo la principale: il **Monte dei Paschi di Siena**.

Tra le altre iniziative **direttamente organizzate** dal Meyer, attraverso la Fondazione, ricordiamo: a marzo la festa per i **30 anni della Banca del Latte** del Meyer presso il Convitto della Calza a Firenze; a maggio la partita di calcio "**Insieme e Meyer**", in collaborazione con l'**Associazione Insieme** e con **Assindustria Firenze** presso lo Stadio Comunale di Firenze (sponsor: **Gucci, Ferragamo, Cassa di Risparmio di Firenze, Ina Assitalia e Camera di Commercio di Firenze**); a giugno il "**Giardino delle Meraviglie**", in collaborazione con il **Florence Dance Festival** presso il Giardino Torrigiani a Firenze (sponsor **Sammontana, CEPU e Mukki**); a novembre l'iniziativa "**Arte e Meyer**", con la collaborazione di **Vicky Galati Indelli** (Contemporary Art Museum of Tuscany) presso lo Spedale degli Innocenti; ed infine a dicembre una "due giorni" di raccolta fondi del Meyer presso la **Nuovo Pignone** di Firenze.

Si conferma la presenza del Meyer in occasioni fieristiche e convegnistiche nazionali: a marzo presso la **Festa Internet** alla ex Stazione Leopolda di Firenze (dove è stato presentato in anteprima nazionale il sito Internet dei bambini "La presa della pastiglia"); a maggio a Roma presso il Forum della Pubblica Amministrazione (**FORUMPA**); a settembre a Bologna presso il Salone della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino (**COMP**); a novembre ad Arezzo presso **DIRE e FARE**, la mostra toscana delle autonomie locali.

Tra le iniziative pubbliche supportate dal Meyer si ricordano:

- le due iniziative organizzate dalla **Antica Macelleria Cecchini** di Panzano: a marzo il "mediatico" **Funerale della Bistecca** e ad ottobre "**La Festa Mondiale dei Macellai**". Entrambe le iniziative organizzate da Dario Cecchini e da Ann Marie Scichilli hanno portato il Meyer all'attenzione dei media nazionali ed internazionali oltre che aver contribuito in maniera rilevante alla raccolta fondi dell'Ospedale.
- L'iniziativa della **Renault** (Filiale di Firenze e Concessionaria Autoshop), insieme alla **C.N.A. Firenze** (Sezione FITA) che hanno donato al Meyer una **Renault Kangoo** (attrezzata con un modernissimo sistema per il trasporto disabili) adibita al servizio di assistenza domiciliare e due moderne bici ecologiche a pedalata assistita.
- Le cene di gala di **Media Eventi** ad aprile (presso l'Università di Firenze) e del **Ristorante Alberto** di Querceta di Seravezza (Lucca) a dicembre. Sempre a dicembre la partecipazione alla festa regionale natalizia a Montecatini Terme del **CRAL TELECOM**.
- La conferenza e lo stage a giugno, in collaborazione con la **Fondazione Benini** e l'**Athenaum Musicale Fiorentino**, sulla Musicoterapia e il progetto "Musica in Ospedale" con relatore il **Prof. Victor Flusser**.
- La presenza nei comuni dell'area metropolitana fiorentina di Sesto Fiorentino (con la partecipazione alla prima edizione della **Sesto Run** a giugno), e di Campi Bisenzio (con la presenza all'edizione 2001 di **Luglio Bambino**).
- La visita, tra le molteplici di Meyer, della first lady statunitense **Laura Bush**, unico appuntamento ufficiale della sua visita in Italia in concomitanza con il G8 di Genova.

Poi nel 2001 è stata inaugurata la **nuova Ludoteca/scuola** del Meyer, intitolata a **Paolo Bernabei**, e realizzata grazie al contributo delle **Ente Cassa di Risparmio di Firenze** e di altri 389 donatori privati. Così come sono state realizzate le nuove sale d'attesa del **Poliambulatorio** di Via Pico della Mirandola grazie al contributo di **Banca del Salento** e **Rotaract Firenze** ed altre sale di primo piano con il contributo di **ABI O-DASH Missione bontà**.

E' partita anche, a novembre, in collaborazione con **Radio Toscana Network** (RTN), la versione radio de "la presa della pastiglia", un appuntamento settimanale che porta fuori dalla ludoteca l'esperienza Meyer con i bambini ricoverati.

Cresce in maniera esponenziale, da parte di privati, il numero di donazioni al Meyer in occasioni di eventi lieti (**nozze, cerimonie varie: battesimi, comunioni, cresime, compleanni, pensionamenti,...**): molte coppie di devolvere al Meyer l'equivalente della spesa destinata alle **bomboniere**. Per supportare questa crescente richiesta, la Fondazione si è "dotata" di alcuni strumenti, biglietti spillette e pergamene, che vengono "utilizzati" alla stregua delle tradizionali bomboniere. Non solo ma a luglio una coppia, per la prima volta, ha deciso di devolvere al Meyer l'intera lista di nozze per il loro matrimonio. Stefano e Paola hanno rinunciato ai regali invitando amici e parenti a fare una donazione all'Ospedale.

Molte sono anche le aziende che decidono, per le festività natalizie, di fare una donazione al Meyer al posto delle **strenne natalizie**. Anche in questo caso la Fondazione ha predisposto una serie di biglietti che vengono dati a chi fa la donazione per poi essere distribuiti come "regalo" ai propri clienti e amici.

Dall'analisi dei dati emergono **alcune curiosità** (che evidenziamo come valore in lire):

- la **donazione minima** è stata di **lire 5.000** all'Azienda Meyer e di **lire 10.000** alla Fondazione. Le **donazioni più alte** (da parte di associazioni e imprese) sono state di **lire 227.245.419** da parte della Confederazione Nazionale Misericordie d'Italia e Lions Club International della Toscana, di **lire 213.000.000** da parte di Mukki-Centrale del Latte e di **lire 200.000.000** da parte

dell'Ente Cassa di Risparmio di Firenze. Le donazioni più alte da parte di **privati cittadini** sono state di **lire 50.000.000** in banca e di lire 8.000.000 attraverso bollettino di C/C postale.

- Sul fronte delle **donazioni anonime** continua la tendenza alla diminuzione e talvolta i donatori diventano anonimi per il Meyer in seguito a dati incompleti nelle varie modalità di donazione. In ogni caso c'è sempre di più la volontà di non nascondersi dietro una scelta di solidarietà anche se talvolta continuano ad arrivare dei regali "inattesi" come è stato il caso di un versamento bancario con nomi fittizi di **lire 30.000.000** a favore della Fondazione Meyer. La donazione anonima più alta per l'Azienda Meyer è stata invece di lire 638.000.

Tra i **privati e le associazioni**, tra le altre si ricordano le donazioni:

- di **Confederazione Nazionale Misericordie d'Italia** e **Lions Club International della Toscana** (più di 227 milioni), dei **giocatori della Fiorentina** (lire 50.000.000), di **Dario Cecchini**, di **Vicky Galati Indelli**, di **Isaia Nocentini**, di **Francesco Toldo**, di anonimi per lire 50.000.000 e per lire 30.000.000, del **Comitato di Via Lambertesca** (lire 16.457.000) e delle **RSU della Nuovo Pignone di Firenze** (lire 11.926.000).

Tra le **imprese** invece:

Mukki – Centrale del Latte di Firenze, Pistoia e Livorno (lire 213.000.000) che è ormai giunta al terzo anno di contribuzione in virtù dell'accordo di Marketing sociale che la lega al Meyer e che la vede sponsor principale dell'Ospedale in ogni sua iniziativa pubblica; **l'Ente Cassa di Risparmio di Firenze** (lire 200.000.000) per la nuova ludoteca/scuola; il **Monte dei Paschi di Siena** con alcuni interventi per lire 37.600.000; la **Banca C. Steinhauslin & C.** (lire 30.000.000) come sponsor di MeyerArt; **Drogherie e Alimentari** (30.000.000) main sponsor dell'Edizione 2001 di "Facciamoci in quattro per il Meyer" dedicata al Golf; la **FITA CNA Firenze** insieme alla **Renault** (Filiale di Firenze e Concessionaria Autoshop) per la donazione di una Renault Kangoo allestita a trasporto disabili e due bici ecologiche (circa 50.000.000 di lire); **Esselunga** e **ABIO-Dash** per l'arredo di alcune sale d'attesa (circa 50.000.000); poi **Banca del Salento**, **COOPLAT**, **CEPU Firenze** con contribuzioni di circa 15.000.000 di lire

6. Conclusioni e indicazioni

Nel condurre questa relazione non si può prescindere dall'evidenziare il **nuovo successo** del fundraising del Meyer: nel 2001 il totale raccolto è **aumentato del 20%** raggiungendo il risultato storico di **1.177.030,07 Euro**, cifra corrispondente a **lire 2.279.048.014**. Si è superata così, per la prima volta la "soglia" dei 2 miliardi di lire, ma non solo: sono **cresciuti del 33% anche i donatori** arrivando ad un totale di **888**.

Il prossimo realistico obiettivo del Meyer potrebbe essere quello di **raggiungere quota 1000**.

Un'altra considerazione che si evince dai dati è l'**importanza strategica** della Fondazione dell'Ospedale, che ha archiviato con successo il primo esercizio di gestione, con bilancio 2001 **certificato** dalla **RECONTA ERNST & YOUNG**. La Fondazione ha visto avanzare il processo di ricezione dall'Azienda della totale **attività di raccolta fondi**, e della **gestione** di tutti gli **eventi extra-sanitari** e di **radicamento sul territorio**. Una struttura moderna come la Fondazione ONLUS è importante nel supporto del Meyer, sia alla luce delle esigenze della attuale sede, sia, e soprattutto, per sostenere il progetto del nuovo Ospedale di Villa Ognissanti. La sua facilità gestionale e le normative fiscali e tributarie favorevoli rappresentano un volano per tutte le attività del Meyer e per quelle di relazione e di marketing con le realtà economiche ed istituzionali del territorio toscano e nazionale. Un **potenziamento della struttura**, in termini di investimento di personale è strategico per non perdere il vantaggio competitivo acquisito da questa importante **esperienza** che è **pionieristica** nel panorama nazionale.

Proprio in relazione a questo vantaggio si consiglia di "esportare" il **"modello Meyer"** e l'esperienza della Fondazione attraverso un'attenta e selezionata **attività di comunicazione** che coinvolga, (attraverso studi, articoli e pubblicazioni), enti, università italiane ed istituzioni analoghe internazionali.

Chiaramente l'eccellente risultato del 2001 è frutto del lavoro del Meyer inteso come **lavoro di squadra**: la parte direzionale ed amministrativa e la Fondazione sono facilitate nel loro lavoro dalla componente sanitaria che offre sempre più servizi di eccellenza e qualità. Il **bambino** sembra avere al Meyer un **ruolo sempre più centrale**, di attenzione come individuo e persona, oltre che di paziente, ed il riconoscimento dell'O.M.S. (**Organizzazione Mondiale della Sanità**), che ha designato il Meyer come partner pilota per la Toscana del progetto **H.P.H.** (Hospital Promoting Health – Ospedale che promuove la Salute) va in questa precisa direzione.

Per ciò che concerne la **Comunicazione del Meyer**, si è fatto un grosso passo in avanti con la redazione di un **nuovo e funzionale sito Internet**. L'adozione di questo strumento, che rinnova il precedente integrandolo di tutte le informazioni che un utente/diente può necessitare dal Meyer, è un'operazione importante e necessaria. Il sito ha ancora più valore se si considera la capacità attraverso una redazione interna ed un software speciale, di poterlo **aggiornare quotidianamente**. Questo è oggi il canale prospetticamente più importante per far conoscere ai terzi ciò che il Meyer propone e produce in termini di servizi ed eccellenze. La raccomandazione è che non si trascuri l'aggiornamento ed il dialogo con gli utenti/dienti. Tra le altre cose il sito Internet rappresenta un'opportunità in più per la raccolta fondi con la possibilità che consigliamo di valutare, di introduzione di un **sistema di donazione on-line** fatto con carta di credito attraverso sistemi telematici ormai sicuri ed affidabili.

Molto importante e significativo il progetto **"MeyerCultura"**, con le sue sottosezioni **MeyerArt** (dedicata alle arti visive), **MeyerMusica** (con il progetto Musica in Ospedale), e **MeyerTeatro** (in collaborazione con l'ETI – Ente teatrale Italiano, Teatro della Pergola) che serve all'Ospedale come vero e proprio elemento complementare alla cura sanitaria. Lo slogan che l'Ospedale usa per promuovere queste attività è emblematico: **"Al Meyer tenersi per mano fa parte della cura"**.

Per ultimo le riflessioni sul progetto **"Nuovo Meyer"**: positiva la partenza della comunicazione sul territorio con una **newsletter** del Comune di Firenze dedicata al progetto, così come importante valutiamo l'ideazione di un **video** (in vari formati e lunghezze) che "rivel" con una storia l'idea del progetto ed evidenzia le eccellenze che si avranno nel nuovo Ospedale. La strada è però lunga e questo rappresenta solo un buon inizio: occorre, come abbiamo già avuto modo di esporre, che tale progetto sia però appoggiato da un adeguato **sforzo di comunicazione e di promozione**, in grado di consentire appunto un'espansione del contesto sostanzialmente localistico attuale verso orizzonti nazionali e internazionali. Questa indicazione nasce dalla straordinaria opportunità offerta dalla prossima **nascita di un nuovo ospedale all'avanguardia**. Tutti gli sforzi che saranno profusi in questi anni di costruzione dovranno essere tesi ad accompagnare il processo fisico e di organizzazione aziendale del Nuovo Meyer. Tali opportunità ed eccellenze hanno anche degli oneri che, al pari dei vantaggi, devono essere comunicati.

E' dunque nostra indicazione quella di cominciare a pensare fin da oggi ad una massiccia **campagna promo-pubblicitaria** da realizzarsi nei primi mesi del 2003, se i lavori procedono nel rispetto delle scadenze temporali, che rafforzi la comunicazione istituzionale e che evidenzia la ormai vicina conclusione del progetto del nuovo Meyer, un modello a cui tutti devono contribuire, per realizzare a Firenze, un **Ospedale Pediatrico moderno, efficiente ed unico**.