

L'attività della raccolta fondi 2003 del Meyer:
analisi ed indicazioni.

Gaetano Aiello - Professore Straordinario di Marketing

Alessandro Benedetti – Segretario della Fondazione Meyer e Consulente di Marketing

Maria Baiada – Coordinatore donazioni dirette della Fondazione Meyer

Indice:

- 1. Introduzione**
- 2. Dati aggregati anno 2003**
- 3. Analisi dati**
 - 3.1. Confronto con gli anni precedenti**
 - 3.2. I donatori**
 - 3.3. Destinazione delle donazioni**
- 4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer**
- 5. Iniziative speciali e curiosità**
- 6. Conclusioni ed indicazioni**

1. Introduzione

È il sesto 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 2003.

Per la terza volta abbiamo, come oggetto della nostra analisi, i bilanci annuali completi dei due enti, questo ci ha consentito di analizzare "in parallelo" i risultati ottenuti dalle due realtà, con raffronti e spunti interessanti anche perché, mentre nel 2002 si è quasi completato il passaggio del flusso di donazioni dall'Azienda alla Fondazione, con il 2003 c'è stata un'ulteriore significativo incremento delle donazioni effettuate alla Fondazione.

Come sempre, non vengono considerate in questa analisi la totalità delle donazioni frutto dell'attività delle numerose associazioni dei genitori, con la sola esclusione di alcune partite dirette. Inoltre sono state imputate nel totale delle donazioni anche quelle relative al controvalore di beni, servizi e attrezzature donate sia all'Azienda che alla Fondazione.

Il presente studio non ha valore di certificazione contabile. I dati sono stati scomposti, analizzati ed aggregati in categorie omogenee al fine di raggiungere una valutazione che permetta di fornire delle indicazioni il più possibile chiare ed esaustive sui risultati dell'attività di fund-raising realizzata dal Meyer nei confronti di privati ed imprese.

Si ringraziano per la loro collaborazione: Carlo Barburini, Emmanuele Bittarelli, Patrizia Gianassi, Roberta Rezoalli, Susanna Cressati, Roberta Latragna, Mimma Aronne e Liberto Prosperì

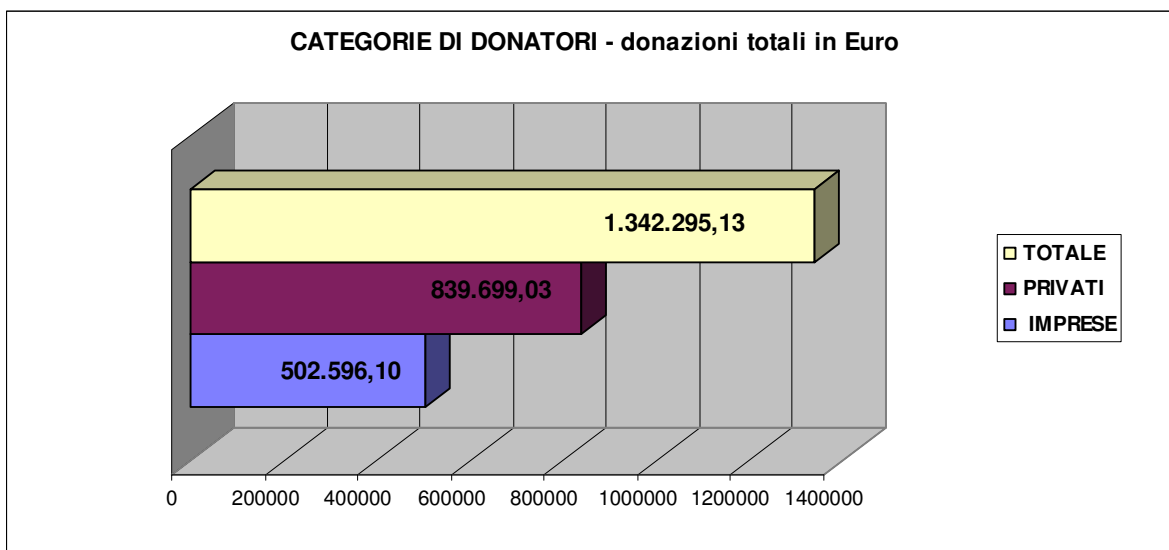
Gaetano Aiello, Alessandro Benedetti, Maria Baiada

2. Dati aggregati anno 2003

Al fine di elaborare i dati disponibili si è proceduto alla ripartizione delle donazioni in due diversi segmenti di donatori:

1) Privati (comprendono anche le Associazioni ed i Comitati)

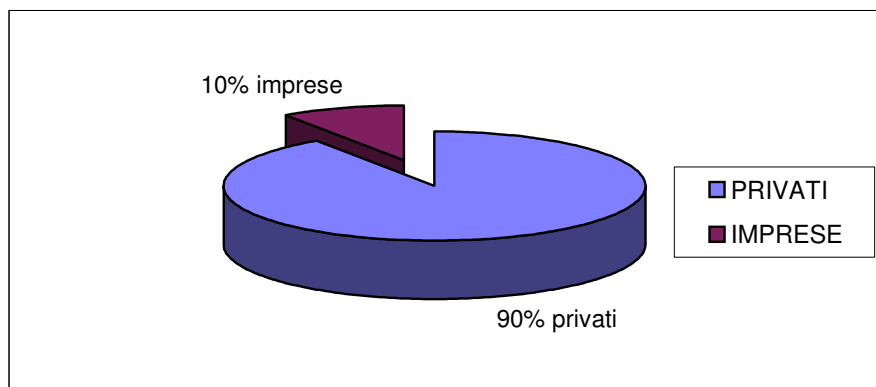
2) Imprese



Dal grafico si evidenzia una netta predominanza dei privati rispetto alle imprese, tale dato rappresenta un **cambio di rotta** rispetto agli anni precedenti quando le imprese rappresentavano "il cuore economico" del fundraising del Meyer.

La **ripartizione percentuale** del totale dei **1998 donatori** (+40% rispetto all'anno precedente) mostra che anche nel 2003 i privati hanno recitato la parte del leone sia in termini di numero di donatori (+46%) che di contribuzioni (+85%). Di nuovo, questo testimonia l'ormai consolidata **capacità attrattiva e "di contatto"** con il territorio da parte del Meyer

La media aritmetica di tali contribuzioni è di 465 euro a donatore. Le donazioni delle imprese sono comunque cresciute nel loro ammontare complessivo del 3% rispetto all'anno precedente.

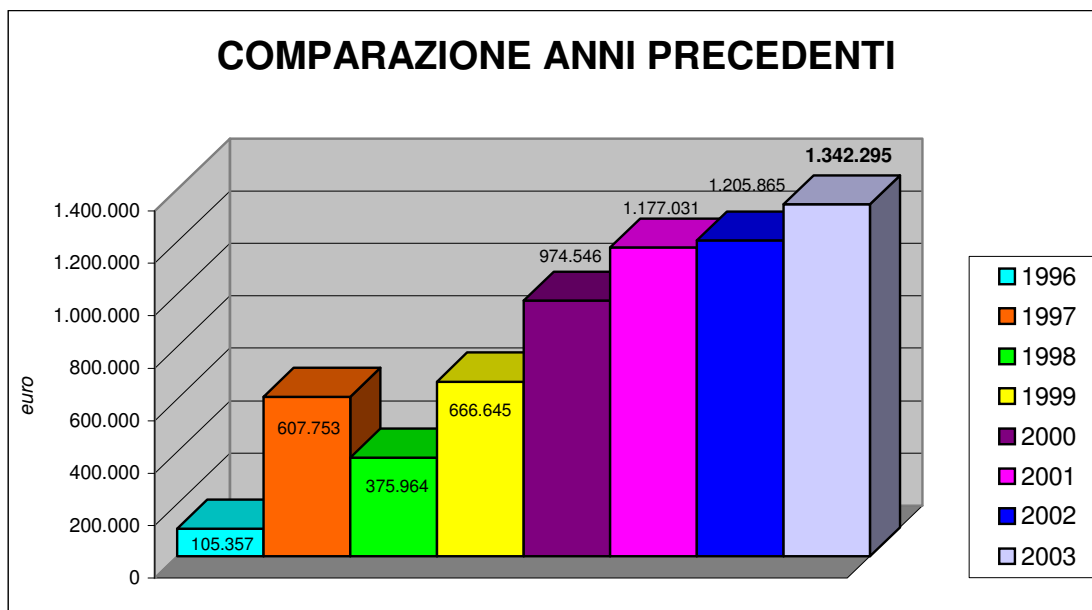


3. Analisi dati

3.1 Confronto con gli anni precedenti

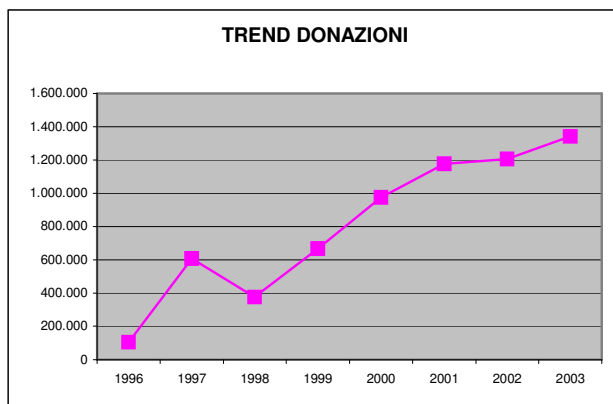
Nel 2003 sono stati raccolti **1.342.295 euro** (+ 11% rispetto al 2002) e questo rappresenta un nuovo record storico.

Dal grafico seguente è possibile notare il livello di crescita delle contribuzioni ed il consolidamento dei risultati, che non si basano più tanto su donazioni straordinarie, come nei primi anni di attività, ma su un cospicuo numero di donatori e sulle molteplici iniziative promosse dal Meyer sul territorio.



Nel 2003 continua il trend di crescita quantitativa e qualitativa dell'attività di raccolta fondi. Questo importante risultato dimostra la raggiunta maturità della funzione di comunicazione e di marketing esercitata dall'U.O. Comunicazione Pubbliche Relazioni, Marketing e Formazione dell'Azienda Ospedaliera Meyer e della funzione di fundraising esercitata dalla Fondazione. Ma non solo: il grafico che segue mostra come la crescita delle contribuzioni abbia superato il c.d. effetto euro che tra il 2001 e il 2002 aveva portato ad un incremento del solo 2%.

Questo rilevante risultato è stato raggiunto soprattutto grazie alla Fondazione Meyer che, in virtù della sua natura giuridica privata e di ONLUS, è riuscita a creare attività sinergiche all'Azienda attraendo verso il Meyer un bacino di donatori sempre più ampio a fronte dei vantaggi offerti da una normativa fiscale favorevole.



3.2 I donatori

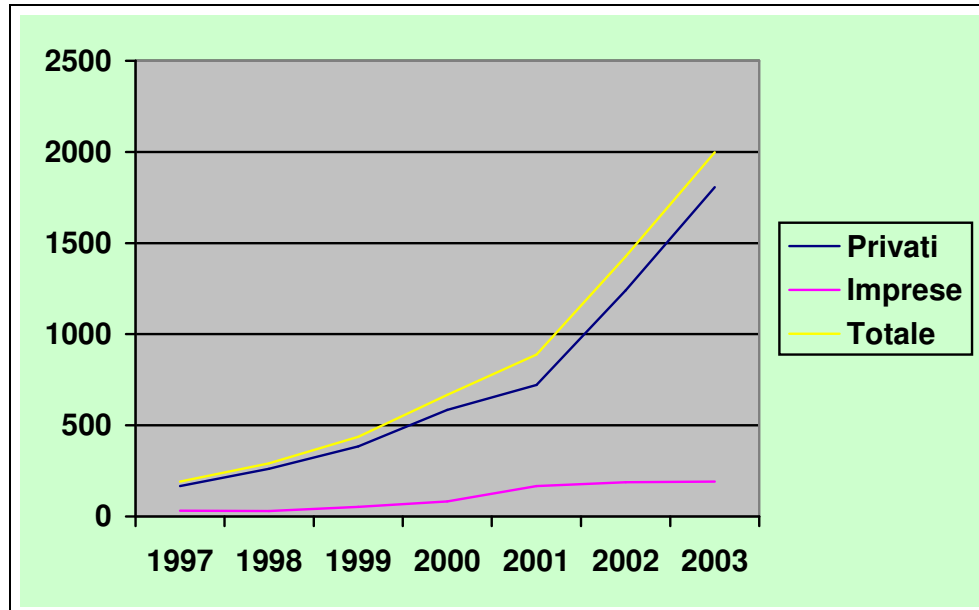
L'aumento dell'importo totale delle singole donazioni è strettamente correlato alla crescita totale del numero dei donatori, che nel 2003, come già accennato, **è cresciuto del 40%**, rispetto al 2002. Il Meyer ha ricevuto **più di 5 donazioni al giorno** (per ogni giorno dell'anno) e la media aritmetica di tali donazioni è di circa **3.670 euro al giorno**, un aumento di 350,00 euro giornalieri rispetto all'anno scorso. Si è ormai consolidato il numero delle imprese ed è cresciuto del 45% il numero dei privati (+ 565 donazioni)

E' opportuno sottolineare che **dal 1997 i donatori sono cresciuti del 941%** ad un tasso medio annuo del 48%.

ANNO	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
1997	166	32	192
1998	261	30	291
1999	385	51	436
2000	585	82	667
2001	722	166	888
2002	1.241	186	1.427
2003	1806	192	1998

La base dei donatori privati si è quindi allargata e anche la loro quota media di erogazione si è alzata a fronte di una diminuzione della quota destinata dalle imprese. Il dato è ancora più significativo se si pensa che nel 2003 sono mancate iniziative come Esselunga/Fondazione Meyer che l'anno scorso aveva fruttato un dato straordinario di 285.049 euro.

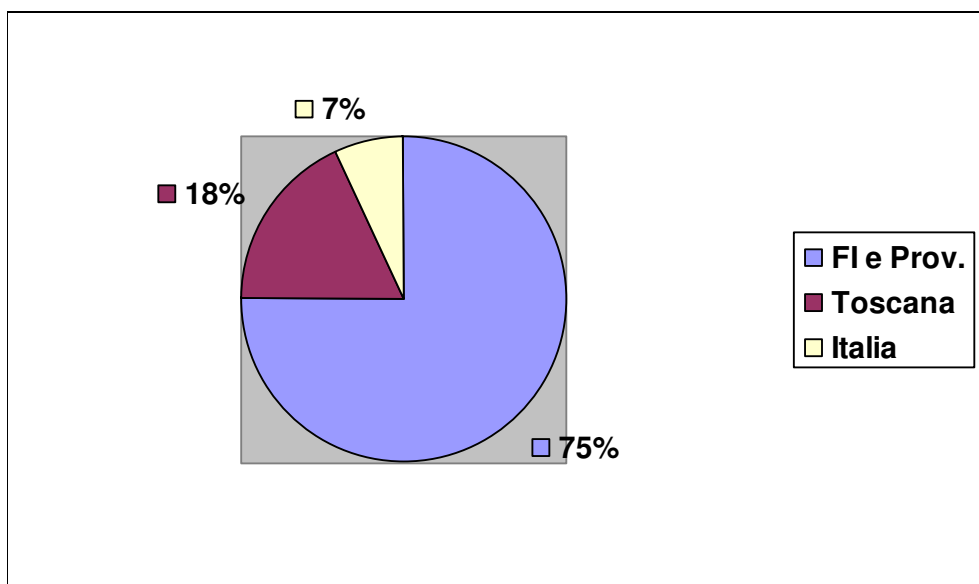
Trend Donazioni



Anche quest'anno una duplice considerazione nasce dalla comparazione dei dati delle precedenti tabelle: cresce il numero dei donatori e cresce il totale delle donazioni in un anno caratterizzato anche questo da crisi economica e da una marcata contrazione dei consumi. Il risultato ottenuto dal Meyer è quindi pregevole, sia per essere riuscito a mantenere, anzi migliorare il già di per se

ottimo dato del 2002, ma anche per essere riuscito ad allargare la base dei donatori, che hanno anche aumentato la loro quota media di erogazione liberale. Da un lato questa è la nuova riprova della risposta positiva alla crisi generale del mercato e della contrazione della spesa, dall'altro questo accresciuto numero dei donatori è sicuramente una base prospetticamente importante in vista di una futura ripresa economica.

Per quanto concerne la ripartizione territoriale, come si può vedere dal seguente grafico la parte più rilevante delle donazioni proviene da Firenze e la sua provincia, mentre gli altri capoluoghi contribuiscono per un 18% e il resto dell'Italia per il 7% (l'anno precedente era solo il 4%). Tuttavia rispetto al 2002 le donazioni dal resto dell'Italia sono cresciuti del 3%, questo dato dimostra come la capacità attrattiva del Meyer stia gradualmente varcando i confini regionali toscani



Analizzando il totale delle donazioni si nota che anche nel 2003 il **74%** delle contribuzioni si trova tra la fascia bassa e la medio bassa.

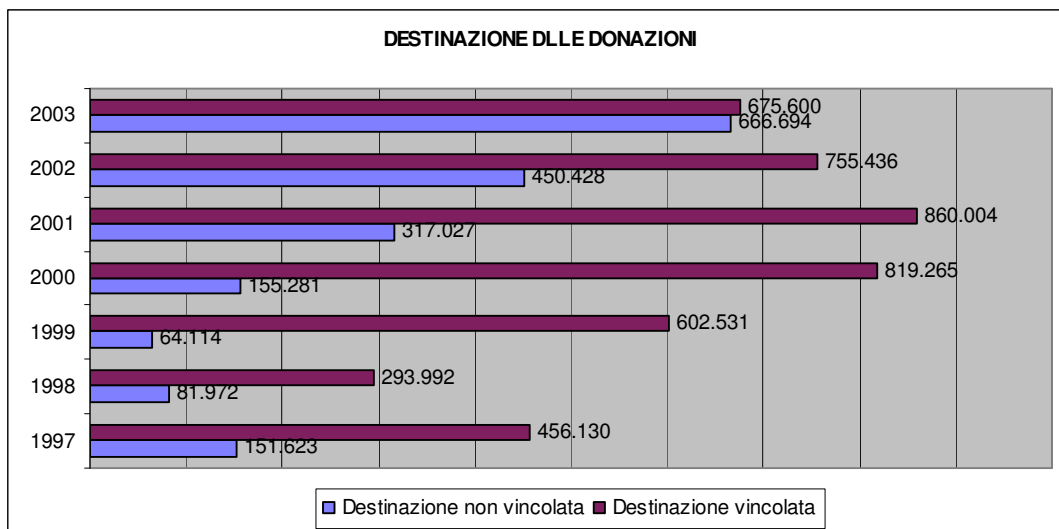
Sostanzialmente rimangono invariate rispetto all'anno scorso anche le altre percentuali, anche se le contribuzioni dei privati, quest'anno, si riflettono nelle fasce successive facendo sì, come già accennato, che il ruolo trainante delle imprese nel fundraising sia assunto dai privati.

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.

CLASSI DONAZIONI	
TOTALI (in euro)	
X≤50	669
50<X≤250	804
250<X≤500	278
500<X≤5.000	211
X<5.000	36
Totale	1998

3.3 Destinazione delle donazioni

Nel 2003 la destinazione programmata delle contribuzioni supera di poco le donazioni non vincolate, questo dato è però significativamente influenzato dal fatto che comunque la raccolta "libera" del Meyer risulta necessariamente indirizzata verso il Nuovo Ospedale Meyer



4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer

Con il 2003 si è giunti al termine del terzo esercizio completo di attività di fundraising della Fondazione Meyer, fatta nascere nel novembre 2000 dall'Azienda Meyer, con lo scopo statutario, tra gli altri, di raccogliere fondi per l'Ospedale.

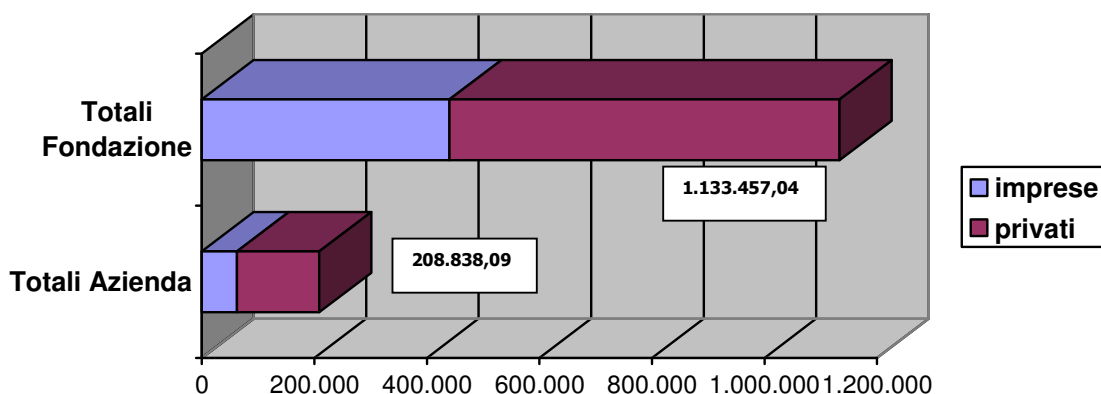
La Fondazione infatti, grazie alla sua natura di **O.N.L.U.S.** (Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale), gode di alcune **agevolazioni** che facilitano il rapporto di interlocuzione (anche commerciale) con le varie realtà imprenditoriali del territorio. Questo grazie alla sua estrema flessibilità, ma soprattutto grazie ad una **normativa legale e fiscale semplificata** e facilitante in special modo i rapporti di donazione e relativa deducibilità fiscale.

Il successo di tale scelta è testimoniato dai dati della seguente tabella, dove si evidenzia che l'85% delle donazioni è raccolto dalla Fondazione

DONAZIONI 2003 Tipologia donante	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	146.670,02	62.168,07	208.838,09
TOTALI FONDAZIONE	693.029,01	440428,03	1.133.457,04
TOTALE DONAZIONI	839.699,03	502.596,10	1.342.295,13

Questi risultati testimoniano il completamento del passaggio delle varie attività di fundraising dell'Azienda alla Fondazione Meyer.

Dal grafico seguente si nota l'apporto dei privati e delle imprese ai due enti, anche se si evidenzia che il contributo Mukki, Centrale del Latte quest'anno è stato diviso tra Azienda (per le attività di ricerca scientifica) e la Fondazione (per le iniziative di marketing territoriale)



DONAZIONI 2003 Numero di donazioni	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	105	8	113
TOTALI FONDAZIONE	1701	184	1885
TOTALE DONAZIONI	1806	192	1998

5. Iniziative speciali e curiosità

Anche nel 2003 il Meyer, attraverso le attività della Fondazione, ha notevolmente consolidato l'immagine a livello nazionale ed il radicamento sul territorio.

La Fondazione ha sostenuto i progetti di accoglienza del Meyer relativi alla **clownterapia** (contributo Soccorso Clown), alla **Ludoteca** (contributo Cooperativa Arca) e tutte le attività di formazione del progetto **"Musica in Ospedale"**.

Sono stati stretti importanti accordi di marketing sociale con **SIMONETTA SPA**, **Sorgente Tesorino SPA**, **IKEA ITALIA srl** e con **IGNESTI** e rinnovato il rapporto di collaborazione con **Banca Steinhauslin**.

Direttamente il Meyer ha organizzato i consueti appuntamenti dedicati: uno, "Il Giardino delle Meraviglie", alla comunità; l'altro, "Il Meyer per il Meyer", ai suoi pubblici interni.

L'edizione 2003 de **"il Giardino delle Meraviglie"** si è svolta il 22 giugno presso il **Parco di Villa Demidoff di Pratolino**. L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con l'Istituzione Parco Mediceo di Pratolino, la Provincia di Firenze ed il Florence Dance Cultural Center. La festa, che ha coinvolto più di 1500 persone con tantissimi bambini si è svolta con uno spettacolo di danza, con giochi e palloncini e con l'esposizione di auto storiche a cura del Club Automobili Storiche Firenze. L'evento è stata anche l'occasione per promuovere le attività del servizio trasfusionale/raccolta

sangue del Meyer. In collaborazione con le suddette istituzioni è stata realizzata anche una cena di gala ad inviti

L'altro appuntamento fisso natalizio, **"Il Meyer per il Meyer"**, si è svolto il 18 dicembre al ridotto del **Teatro della Pergola di Firenze**. L'evento è stato uno spettacolo costruito sulle "avventure di Bruno lo zozzo", testimonial del Meyer insieme al suo inseparabile amico immaginario, il maiale Giovanni. Sono intervenuti il disegnatore Simone Frasca, l'attore Bruno Santini e il musicista Gionni Voltan. A tutti i bambini intervenuti sono stati distribuiti regali da IKEA, Piemme/il Battello a vapore, Mukki e Monte dei Paschi di Siena.

E' stato organizzato l'evento **"Facciamoci in quattro per il Meyer"** (cadenza biennale) con protagonista il mondo del Baseball grazie alla collaborazione della **Fiorentina Baseball – Faliero Sarti**. - Biennalmente tramite la sua Fondazione, l'Ospedale Pediatrico Anna Meyer organizza direttamente ed in esclusiva l'iniziativa "Facciamoci in quattro per il Meyer".

Dopo aver abbinato la propria iniziativa al calcio, alla pallanuoto ed al golf, quest'anno la Fondazione si è abbinata ad uno sport che vede Firenze nella massima serie: il baseball, tramite la Faliero Sarti Fiorentina Baseball.

La formazione del presidente Vita ha chiesto ed ottenuto di far parte di questo importante progetto decidendo di destinare il 70% dell'incasso dell'intera stagione 2003 alla Fondazione, **per la realizzazione di una ricerca nel campo delle malattie rare nefrourologiche su base genetica**.

Per le mostre legate al **Progetto Meyer Cultura**, ricordiamo in particolare, per Meyer Art, l'esposizione di **Francesco Nesi**, "La musica delle cose"; quella di **Sophie Fatus**, "Quattro gatti a primavera"; infine la mostra di **Daniele Nannini**, *"Piccolo trattato di zoologia immaginaria"*

Sono state realizzate anche le esposizioni dei disegni dei bambini della ludoteca dell'Ospedale e quella fotografica "Animali d'amore" di **Stefania Talini**

In maggio è stata organizzata l'**11° Conferenza Internazionale HPH, Health Promoting Hospitals** (Ospedali che promuovono la salute) in collaborazione con l'ufficio italiano dell'OMS – organizzazione mondiale della sanità. Centrata sui temi della new governance, dell'orientamento dei pazienti e della diversità culturale, la Conferenza, che ha avuto luogo nel decimo anniversario della nascita della **Rete HPH** voluta dall'**Organizzazione Mondiale della sanità**, ha sancito la maturità raggiunta anche in Italia e in Toscana di un orientamento culturale e operativo in campo sanitario che sta riscrivendo le caratteristiche degli Ospedali nella società avanzata e globalizzata. Partners di questa sfida l'Organizzazione Mondiale della sanità con la Rete Europea HPH, e l'Istituto Boltzmann per la sociologia della salute e della medicina dell'Università di Vienna, che hanno trovato nella Rete italiana HPH, nella Regione Toscana e nell'Azienda Ospedaliera Meyer di Firenze un fertile terreno per la costruzione di un progetto di salute socialmente condiviso e impegnato nella realizzazione di progetti innovativi. Tra questi l'ospedale sicuro, l'umanizzazione delle cure, l'ospedale senza fumo, l'ospedale senza dolore, l'ospedale attento all'accoglienza, l'ospedale interculturale. Alla Conferenza di Firenze, che si è svolta nelle giornate del **19 e del 20 maggio**, con una apertura ufficiale domenica 18 a Palazzo Vecchio, hanno partecipato oltre 600 operatori provenienti da numerosi paesi: Italia, Finlandia, Svezia, Estonia, Danimarca, Belgio, Olanda, Bulgaria, Germania, Francia, Norvegia, Irlanda, Islanda, Slovacchia, Repubblica Ceca, Lituania, Tailandia, Sud Africa, Svizzera, Eire, Stati Uniti d'America, Inghilterra, Portogallo, Grecia, Austria, Scozia, Ungheria, Polonia, Russia, Nepal, Spagna, Canada, Angola, Tailandia, Mongolia, Kazakistan.

Tra le iniziative pubbliche supportate dal Meyer (e a suo favore) si ricordano, tra le molte altre:

- Lo spettacolo **"Il riciclone"**, organizzato da **Pupi e Fresedde** presso il Teatro di Rifredi con anche matinee per le scuole
- L'asta di ceramiche organizzata da **ARTEX** in collaborazione con **Maison Bibelot** alla Mostra Internazionale dell'Artigianato
- Lo spettacolo **"Bambini Diritti"** di Fausta Manno, in collaborazione con l'ETI – Ente Teatrale Italiano, Teatro della Pergola
- La consegna del **premio "Impresa e Cultura"** con un evento organizzato insieme all'Associazione Industriali di Firenze e a Michela Bondardo con la presenza del maestro Sandro Chia
- Il sostegno alla prima fase della **bonifica del Parco del Nuovo Meyer** e la realizzazione di materiali promozionali e di comunicazione (strutture espositive, video) per il nuovo ospedale.
- La donazione della **Fondazione Niccolò Galli**, con la festa presso l'Ospedale, di una somma destinata al Nuovo Meyer
- La visita della **Nazionale Italiana volley**
- La **"merenda musicale"** con concerto per bambini presso la Scuola di Musica di Fiesole in collaborazione con il FAI Firenze
- Il concerto del **Coro Melograno** presso la Fattoria di Maiano
- L'asta della Vespa "dolce vita" in collaborazione con **Pitti Immagine Uomo** e **Classico Italia**
- La gara di Tiro a Volo, **"Secondo Gran Premio – Io aiuto il Meyer"**, organizzata da A.S. Tiro a volo Montecatini - Pieve a Nievole;
- La presenza a **Luglio Bambino** a Campi Bisenzio con la mostra del maestro Nesi
- Le manifestazioni organizzate dalla famiglia Salvischiani per il **Progetto Mauro** legato alla ludoteca del Nuovo Meyer, Prato e Poggio a Caiano.
- L'edizione autunnale di **Empolissima**, organizzata insieme al Comune di Empoli e ANVA Confesercenti Provinciale Firenze
- La terza edizione de **"La Festa Mondiale dei Macellai"** organizzata dell'Antica Macelleria Cecchini di Panzano
- La presenza a **Rappresentando**, mostra dedicata al tessile presso il castello dell'Imperatore a Prato
- **L'asta internazionale del tartufo** presso la Villa Medicea di Cafaggiolo
- La presenza alla presentazione del libro **"Il treno della felicità"** a cura di Loreta Claudia Siderman, Presidente dell'Associazione Il Mondo dei Bambini, Lucca
- Il concerto di musica classica presentato presso il Salone dei 500 del Comune di Firenze dal **Lions Club di Bagno a Ripoli**
- A dicembre le iniziative di Quadrifoglio, **"Un abete per il Meyer"**; il presepe realizzato dal **comitato Georgofili-Lambertesca**; il concerto dei **Verdementa** a Prato in collaborazione con Antenna Toscana Uno; la festa organizzata da **IPI e Immobiliare Novoli** con testimonial Juri Chechi presso l'erigendo nuovo Centro Urbano di Novoli ed infine la festa di capodanno della **Società SS Vernio**.

Continua a crescere 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 decidono 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, spille e pergamene, che vengono "utilizzati" alla stregua delle tradizionali bomboniere. Non solo altre coppie (Andrea e Francesca, Marinella e Tito, Bruno e Francesca e Roger e Silvia) hanno deciso di devolvere al Meyer l'intera lista di nozze per il loro matrimonio, rinunciando ai regali e invitando amici e parenti a fare una donazione all'Ospedale.

Sempre di più anche le aziende che hanno deciso, 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 **alcuni fatti significativi e curiosità**:

Le donazioni minime sono state di 1 euro e 5 euro, la più alta quella di un donatore anonimo di 150.000 euro anche se si conferma la tendenza che vede diminuire le donazioni anonime.

Al contrario crescono vertiginosamente quelle legate ad eventi lieti: nascite, battesimi, comunioni, matrimoni.

Le famiglie decidono di donare al Meyer l'equivalente (o anche più) di quello che avrebbero speso per l'acquisto delle tradizionali bomboniere. La Fondazione Meyer ha predisposto dei biglietti e delle pergamene che vanno a "sostituire" le classiche bomboniere. Le ultime donazioni in ordine di tempo e in relazione a questa iniziativa non sono mai state inferiori a 5 euro per ogni singola "bomboniera solidale". Nel 2003 più di 300 famiglie hanno contribuito in occasione di nascite, battesimi, comunioni.

Non solo bomboniere, ma anche "liste di nozze", infatti sono giunte 309 donazioni da parte di amici e parenti di 4 coppie (Andrea e Francesca, Marinella e Tito, Bruno e Francesca e Roger e Silvia) che hanno deciso di destinare al Meyer la loro lista di nozze, invitando amici e parenti a fare una donazione al posto del tradizionale regalo per loro matrimonio. Una decisione importante questa, che va ben al di là delle singole donazioni.

Questi gesti hanno per il Meyer una triplice valenza: per prima cosa viene effettuata una donazione che sostiene i progetti dell'Ospedale, poi secondariamente, queste famiglie fanno sì che il Meyer "entri" nella loro sfera privata in un momento di gioia e, dato che l'Ospedale è comunque un luogo di dolore il fatto di poter essere presente è un'ulteriore donazione che gli viene fatta.

La terza implicazione, che è poi quella che ha determinato il successo delle "bomboniere solidali", è che ogni famiglia diventa "portavoce" presso i loro amici e parenti, di questa iniziativa.

Considerando che in media in ogni evento lieto vengono coinvolte 100 persone, nel solo 2003, il bacino di "diffusione" è stato di non meno di 30.000 persone. Anche questo è un risultato rilevante che non compare nei dati, ma che costituisce un'ottima base per gli anni successivi.

Il Meyer viene ricordato anche in occasione di lutti, infatti molte famiglie (400) preferiscono che siano effettuate offerte in ricordo della persona scomparsa al posto dei fiori. Ci sono state poi feste di bambini compleanni, pensionamenti, cene di beneficenza e nozze d'oro. In un certo senso il Meyer accompagna tutto l'arco della vita delle famiglie toscane.

Tra le varie donazioni frutto anche di accordi di marketing sociale si ricordano invece, tra le altre, quelle: di Banca Steinhauslin (50.000 euro) in collaborazione con Progetto Città per contribuire a sostenere il servizio 2004 di clownterapia; di IKEA (60.000 euro) che fin dal momento della sua apertura del negozio di Sesto Fiorentino, ha voluto "gemellarsi" con il Meyer ed accompagnarlo, attraverso una donazione annuale, iniziative congiunte e campagne di comunicazione, fino alla nuova sede di Villa Ognissanti; del Circolo ARCI Il Padiglione (33.000 euro) che ha destinato al Meyer l'avanzo di bilancio alla sua chiusura; la donazione della Fondazione Niccolò Galli (30.000 euro) per le stanze di accoglienza del Nuovo Meyer; Ignesti e Marsh (15.000 euro ciascuno) che hanno continuato a sostenere il progetto "Ospedale e Musica".

Sono da ricordare anche le donazioni in attrezzature e borse di studio delle varie Associazioni dei genitori, le più rilevanti provengono dalla Fondazione Tommasino Bacciotti e da Associazione Noi per Voi.

6. Conclusioni e indicazioni

Anche nel 2003 si registra un **nuovo successo** del fundraising del Meyer: il totale raccolto ha raggiunto il nuovo massimo storico di **1.342.295 euro**. Questo risultato consolida quello dell'anno precedente e l'enorme crescita dei singoli donatori, che sono aumentati del 40% (un tasso che è in linea con la media degli ultimi 7 anni) testimonia un ottimo lavoro di radicamento sul territorio.

L'obiettivo che il Meyer dovrà porsi anche per il 2004, anche alla luce di segnali di ripresa dell'economia che tardano ad arrivare, sarà quello di "mantenere" questa forte base di donatori attraverso una strategia di fidelizzazione che potrà vedere la Fondazione Meyer impegnata nello sviluppo di una funzione di interactive marketing per la realizzazione di campagne rivolte ai propri pubblici.

Sempre nel corso del 2004 dovrà continuare quel progressivo posizionamento strategico che ha visto la Fondazione assumere la parte più rilevante nel processo di fundraising del Meyer. Questa istituzione, che chiude il 2003 con un ottimo bilancio certificato (a titolo gratuito) dalla **RECONTA ERNST & YOUNG**, è diventata elemento fondamentale del Meyer, oltre che per le **attività di raccolta fondi**, anche per la **gestione** di tutti gli **eventi extra-sanitari** e di **radicamento sul territorio**. Dovrà altresì essere rilevante l'apporto della Fondazione per le strategie di comunicazione e "promozione" del Nuovo Meyer di Villa Ognissanti.

Questo grazie anche alla sua facilità gestionale e alle normative fiscali e tributarie favorevoli, che possono rappresentare 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. L'eccellente risultato del 2003 è nuovamente 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.

Occorre valutare una **specifica formazione e specializzazione** della struttura della Fondazione, in termini di competenze ed anche come "percorso di qualità". Si consiglia di intraprendere il processo di certificazione ISO 9001 come strumento per razionalizzare e mettere "su carta" l'esperienza pionieristica nel panorama nazionale.

Si consiglia, ora che è matura e consolidata la posizione marketing del Meyer, una **verifica della riconoscibilità del "marchio" Meyer**, come immagine percepita. Lo strumento potrebbe essere una ricerca di mercato ed il risultato dovrebbe essere teso a trarre orientamenti per la fase operativa di posizionamento strategico nazionale del Meyer. Proprio a riguardo del Nuovo Meyer occorrerà, entro il 2004, progettare una campagna di **comunicazione e di promozione** che informi della prossima **nascita di un nuovo ospedale all'avanguardia**. In particolare, si tratta di comunicare il presente e, soprattutto il futuro di Ospedale ad alta specializzazione del Meyer a tutti i pubblici della Regione, attraverso uno specifico road-show di iniziative di comunicazione nelle province toscane.

Si propone anche di sviluppare in tempi brevi una **campagna del Meyer**, da attuarsi per il tramite della Fondazione, **sui lasciti testamentari**. Questa operazione è una strategia di fundraising importante e con risultati a lungo termine e dovrà essere impostata a base sovraregionale con un importante investimento iniziale. L'Azienda Meyer dovrebbe, come accennato, delegare completamente questa fase di organizzazione e di futuro recepimento delle eredità alla Fondazione, che nasce proprio per gestire l'attività di fundraising del Meyer.

Si propone anche di aderire a livello nazionale a **"circuiti non profit"** come Vita, Sodalitas, Forum Terzo Settore, Summit della Solidarietà, Carta della Donazione per essere presenti ufficialmente nei "centri decisor" del mondo non profit nazionale.

Per questa, come per le attività future di Fundraising, di Corporate Social Responsibility e di Cause Related Marketing, occorrerà valutare l'ausilio di validi professionisti esterni, che potranno lavorare in ambito nazionale (ricerca grandi sponsor e campagne di comunicazione nazionale) secondo le linee direttive del Meyer.