

L'attività della raccolta fondi 2005 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 2005**
- 3. Analisi dati**
 - 3.1. Confronto con gli anni precedenti**
 - 3.2. I donatori**
- 4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer**
- 5. Iniziative speciali e curiosità**
- 6. Conclusioni ed indicazioni**

1. Introduzione

È l'ottavo anno che, nell'ambito della convenzione tra la Facoltà di Economia di Firenze (Dipartimento di Scienze Aziendali) e il 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 della Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer ONLUS e dell'U.O. Comunicazione, Pubbliche Relazioni, Marketing e Formazione dell'Azienda Ospedaliera Meyer e aventi ad oggetto le donazioni effettuate per il Meyer nell'anno 2005. In particolare, per le iniziative speciali e curiosità, così come per le conclusioni ed indicazioni, l'analisi e le riflessioni sono riferite esclusivamente all'attività della Fondazione.

Per la quinta 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. Da quando è nata la Fondazione è ormai praticamente concluso il passaggio della "titolarità" della funzione raccolta fondi che rimane solo in maniera residuale per l'Azienda Meyer.

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, Roberta Latragna, Mimma Aronne e Duccio Boldrini

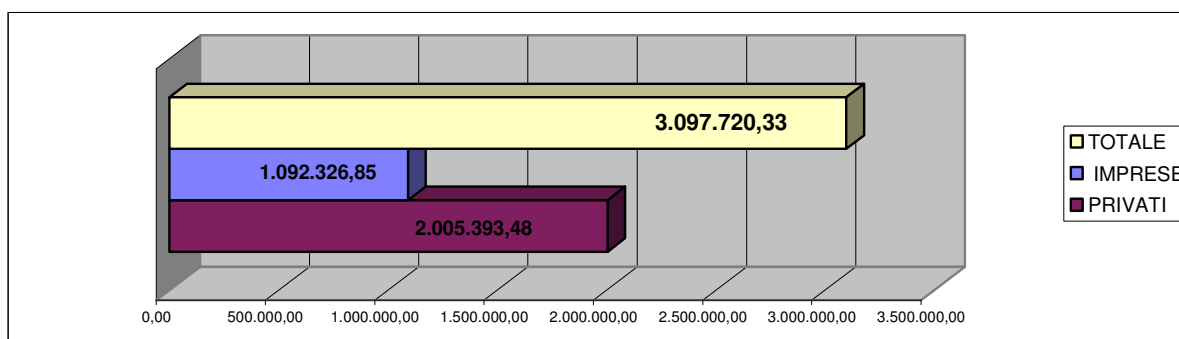
Gaetano Aiello, Alessandro Benedetti, Maria Baiada

2. Dati aggregati anno 2005

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

1) **Privati** (comprendono anche le associazioni e i comitati)

2) **Imprese**

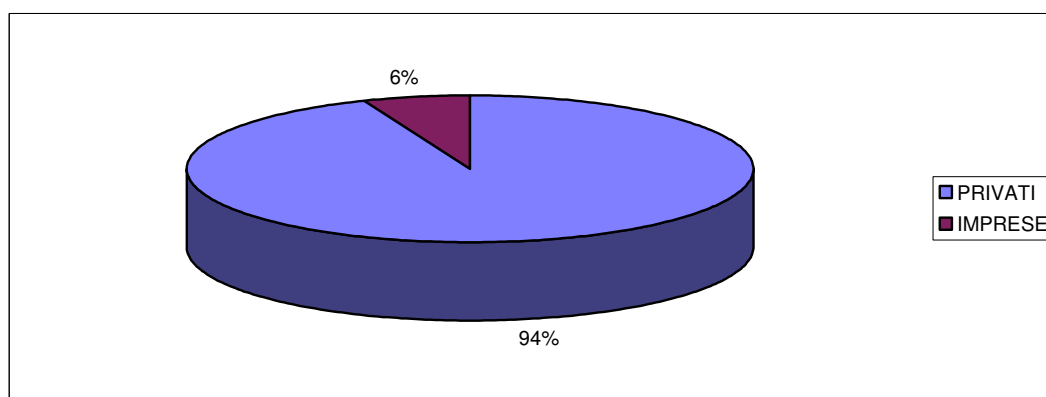


Dal grafico si evidenzia, a livello assoluto, una contribuzione maggiore da parte dei privati che, rispetto all'anno precedente superano il totale donato dalle imprese e, nel 2005, sostanzialmente quasi doppiano tale contribuzione.

La **ripartizione percentuale** del totale dei **4647 donatori** (+ **75%** rispetto all'anno precedente) mostra che anche nel 2005 **i privati** hanno recitato la parte del leone in termini di numero di donazioni (**+78%**), mentre le imprese, in termini percentuali, sono rimaste pressoché stabili.

La media aritmetica di ogni singola donazione è di 666 euro.

Per quanto riguarda i privati, la media aritmetica di tali contribuzioni è di 459 euro per ogni singola donazione. La donazione media delle imprese è invece di 3.915 euro.



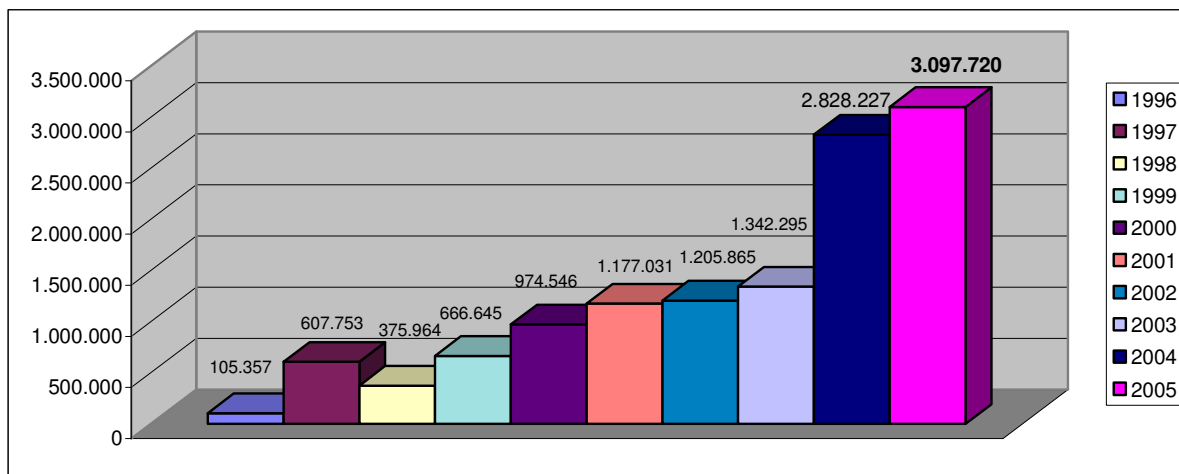
3. Analisi dati

3.1 Confronto con gli anni precedenti

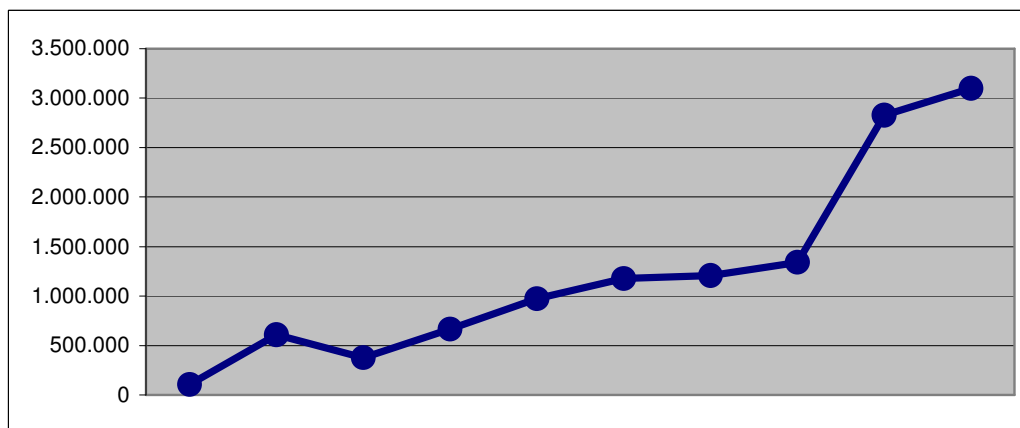
Nel 2005 sono stati raccolti **3.097.719,92 euro**, una crescita del **10%** rispetto al 2004 e questo rappresenta un nuovo record storico.

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

COMPARAZIONE ANNI PRECEDENTI



Nel 2005 continua il trend di crescita quantitativa e qualitativa dell'attività di raccolta fondi. Questo importante risultato dimostra la raggiunta maturità della Fondazione dell'Ospedale Meyer, ormai coordinatrice di tutta l'attività di fundraising del Meyer e del lavoro delle professionalità che vi operano sia internamente (personale, CDA) che esternamente all'ente.



3.2 I donatori

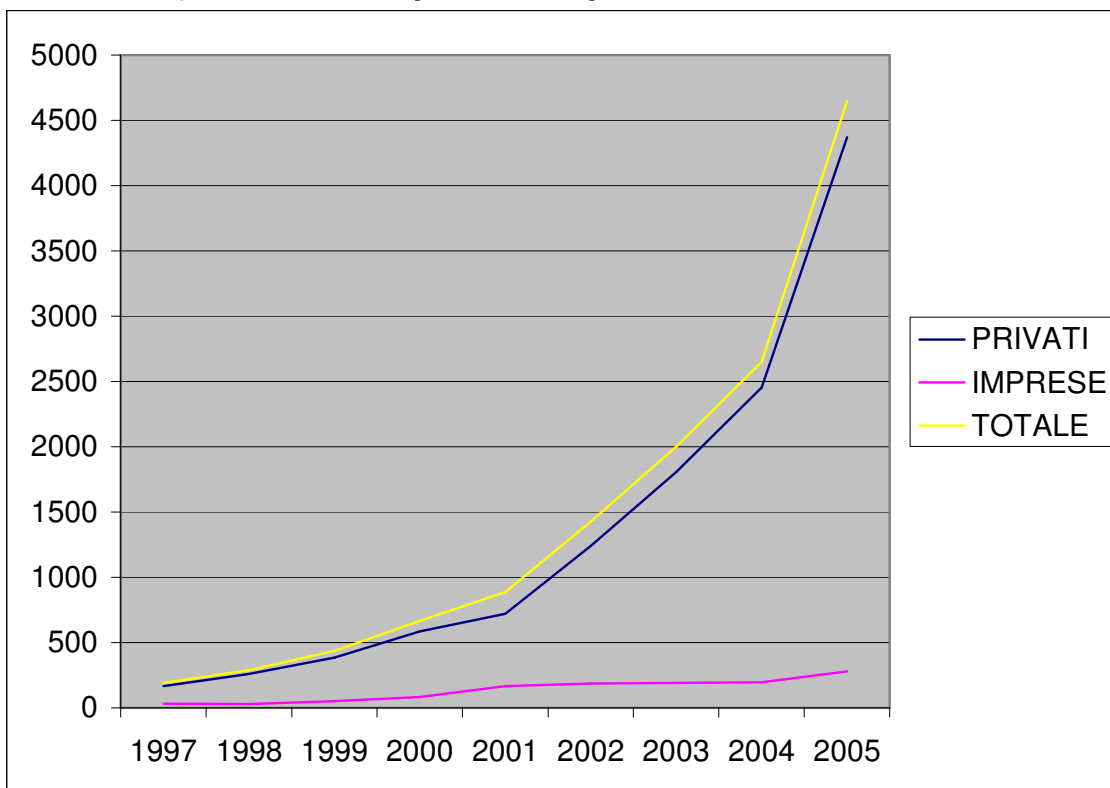
L'aumento dell'importo totale delle donazioni è strettamente correlato alla crescita totale del numero dei donatori, che nel 2005, come già accennato, è **cresciuto del 75%**, rispetto al 2004. Il Meyer ha ricevuto **più di 12 donazioni al giorno** (per ogni giorno dell'anno) e la media aritmetica di tali donazioni è di circa **8.468 euro al giorno**.

Inoltre **dal 1997 i donatori sono cresciuti del 2320%** ad un **tasso medio annuo del 52%**.

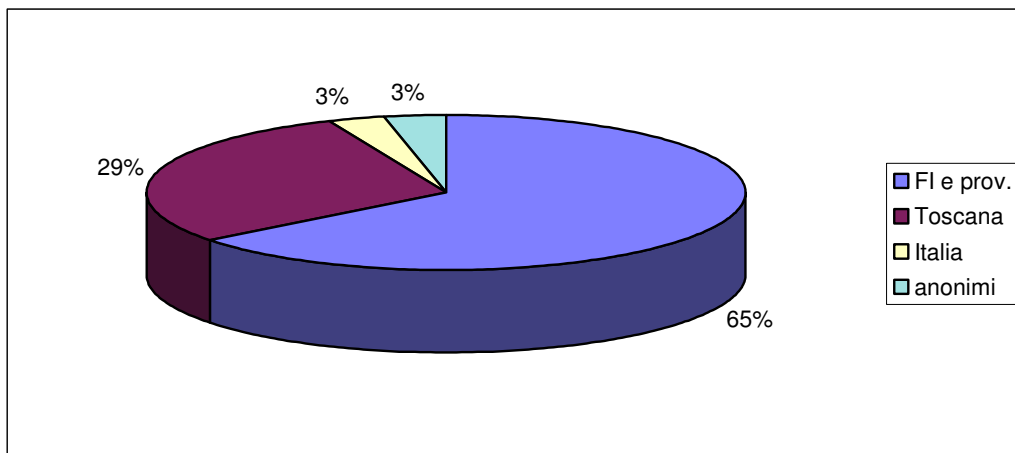
ANNO	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
1997	166	32	192
1998	261	30	291
1999	385	51	436
2000	585	82	667
2001	722	166	888
2002	1.241	186	1.427
2003	1806	192	1998
2004	2452	196	2648
2005	4368	279	4647

La base dei donatori privati si è quindi allargata mentre la loro quota media di erogazione è lievemente diminuita. Il numero delle imprese cresce del 42%

TREND DONAZIONI, valori relativi a privati ed imprese



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, 65%**, (contro il 75% dell'anno precedente), mentre gli altri capoluoghi della Toscana contribuiscono per un 29% (contro il 18% del 2004) e il resto dell'Italia per il 3%. Abbiamo un 3% di donatori che desidera restare anonimo.



Analizzando il totale delle donazioni nel 2005 **l'82%** 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 delle imprese, quest'anno, si riflettono nelle fasce più alte

<i>CLASSI DONAZIONI</i>	<i>TOTALI</i>
$X \leq 50$	2499
$50 < X \leq 250$	1297
$250 < X \leq 500$	477
$500 < X \leq 5000$	331
$X < 5.000$	43
	4647

4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer

Con il 2005 si è giunti al termine del quinto esercizio completo di **attività di fundraising** della Fondazione Meyer. E dai dati delle seguenti tabelle si vede come la Fondazione sia ormai diventata titolare di questa attività. Infatti è di competenza della Fondazione l'82% del totale della raccolta fondi del Meyer, ma la **percentuale delle singole donazioni** (4576 su 4647) attratte **dalla Fondazione Meyer è del 98%**. La quota dello scorso anno era del 96%.

All'Azienda rimangono una quota residuale di donazione di privati (derivanti dalle donazioni al punto giallo in ospedale) ed alcune donazioni in natura da imprese ed Associazioni di genitori. La quota rilevante dell'azienda riguarda un lascito immobiliare testamentario imputato a valore di 500.000 euro.

DONAZIONI 2004 Tipologia donante	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	522.748,91	20.557,50	543.306,41
TOTALI FONDAZIONE	1.482.644,57	1.071.768,94	2.554.413,51
TOTALE DONAZIONI	2.005.393,48	1.092.326,85	3.097.719,92

DONAZIONI 2005 Numero di donazioni	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
TOTALI AZIENDA	68	3	71
TOTALI FONDAZIONE	4300	276	4576
TOTALE DONAZIONI	4368	279	4647

5. Iniziative speciali e curiosità

Nel 2005 la Fondazione è entrata nel suo quinto anno di attività raggiungendo una fase di piena maturità con ottimi risultati conseguiti sia in termini di raccolta fondi che di radicamento nel territorio.

La Fondazione ha svolto, come da finalità statutarie, opera di supporto all'attività istituzionale dell'Azienda Ospedaliero Universitaria Meyer: un sostegno che si è particolarmente sviluppato nel supporto all'impegno del Meyer per migliorare la qualità del soggiorno dei bambini e delle famiglie in ospedale. In particolare la Fondazione ha continuato a finanziare i progetti di accoglienza del Meyer relativi alla clownterapia (Soccorso Clown), alla Ludoteca (Cooperativa Arca) e all'attività di "Musica in Ospedale" (Athenaeum Musicale Fiorentino).

Il supporto è proseguito nella organizzazione della raccolta fondi del Meyer e connessa attività di marketing, nell'organizzazione in proprio di iniziative orientate a tal fine; nello sviluppo di iniziative relative al trasferimento del Meyer nell'area di Villa Ognissanti; nello sviluppo di iniziative di radicamento del Meyer nel territorio e nel supporto all'attività di ricerca scientifica e di cooperazione svolta dall'Azienda.

BILANCIO SOCIALE E BILANCIO DEI BAMBINI

Oltre alla redazione di questo bilancio d'esercizio, la Fondazione redige complementariamente, ormai da tre anni, un Bilancio Sociale. Nel 2005 è stato realizzato per la prima volta anche un Bilancio per Bambini.

I bambini sono il nostro stakeholder d'eccellenza, tutto il lavoro della Fondazione Meyer è rivolto esclusivamente al supporto ed al sostegno delle attività dell'ospedale pediatrico Meyer di Firenze. Quindi il bambino è, "a valle", il beneficiario di ogni nostra attività ma, nel caso di questa Fondazione, lo è anche "a monte"; infatti molti bambini partecipano attivamente alla vita della nostra istituzione: frequentandola, presenziando ai vari eventi da noi organizzati ed anche sostenendola con donazioni. I bambini rinunciano ad esempio ai regali per il loro compleanno, oppure decidono di rinunciare alle bomboniere per la loro comunione o ai risparmi del proprio salvadanaio: tutto per effettuare una donazione a sostegno delle nostre attività, rivolte ai bambini meno fortunati che si trovano in ospedale. Però, per quanto ne siamo a conoscenza, è la prima volta che viene realizzato un documento di rendicontazione rivolto esclusivamente ai bambini.

Si è lavorato molto per ottenere un documento che fosse espressione del nostro lavoro e nel contempo che fosse fruibile per i bambini. Per questo si è pensato come prima cosa di costituire un gruppo di lavoro in cui vi fosse da una parte la direzione della fondazione (Carlo Barburini e Alessandro Benedetti, rispettivamente direttore e segretario), affiancata da Luca Bagnoli (prof. Università di Firenze) e da Roberta Rezoalli (giornalista), e dall'altra parte un gruppo di "esperti" del mondo dell'infanzia. Infatti ad Anna Sarfatti, scrittrice per bambini e maestra elementare - che ha curato la parte testuale e la sua "traduzione" in linguaggio fruibile per i più piccoli - abbiamo affiancato Sara Carlini, illustratrice, e Andrea Rauch, curatore della forma grafica e l'impaginazione. Riguardo alla forma che tale bilancio avrebbe dovuto assumere, si è optato per un poster 70x100 double face, che può andare bene anche come quadro o illustrazione per adornare la cameretta dei bimbi. Da un lato, infatti, vi è una sola illustrazione dove è disegnato un mondo fantastico che riassume per immagini il concetto del bilancio sociale vero e proprio, redatto in 8 tavole/sezioni. Vi è un ponte (la Fondazione) che collega l'ospedale con la città, questo ponte è abitato da alcuni guardiani (sindaci revisori, comitato dei garanti, consiglio d'amministrazione, stakeholder, ecc.). C'è spazio anche per i giochi, i regali, gli animali, i clown, la musica: attività queste che fanno parte dell'accoglienza dell'ospedale e che sono finanziate dalla fondazione. Nel retro alla lettera introduttiva del presidente seguono le sezioni dedicate al bilancio, al lavoro, alla storia e alla struttura della fondazione, a chi si rivolge, cosa facciamo e la parte finale è dedicata al concetto di bilancio.

Abbiamo lavorato per far conoscere le nostre attività e consentire al bambino un apprendimento pedagogico sul significato di "bilancio". Non solo rendiconto numerico, ma anche analisi dei valori al termine di un periodo. Cosa si è fatto, se si è fatto bene, se dobbiamo essere contenti o meno di quello che abbiamo fatto.

I contenuti sono stati scelti con un occhio speciale al mondo del bambino, soprattutto grazie agli specialisti della comunicazione infantile che ci hanno supportato nel progetto. Il titolo rende bene l'idea a cui ci siamo ispirati: "Il bilancio è il cugino della bilancia".

AMICI DEL MEYER

Con il 2005 la Fondazione si è dotata di un nuovo strumento di comunicazione esterna: un periodico trimestrale nella forma di newsletter, uno strumento editoriale fresco, colorato e originale, che risponde al bisogno di informare i nostri donatori e i nostri stakeholder sulle attività che stiamo svolgendo. Nel corso dell'anno sono stati editati, sotto la direzione della giornalista Roberta Rezoalli, 2 numeri, che presentavano rispettivamente la Fondazione, i suoi risultati di bilancio 2004 e i suoi progetti nel primo; mentre nel secondo si è dato spazio al Bilancio dei bambini, all'avanzamento dei lavori del Nuovo Meyer e alle iniziative natalizie.

MARKETING TERRITORIALE E SOCIALE

Particolare importanza hanno assunto le iniziative di Marketing Sociale, connesse a quelle di Marketing Territoriale, che sono per il Meyer, a livello regionale posizionate su standard di eccellenza. L'orientamento del mercato, direttamente verificato negli ultimi esercizi, e le tendenze del mercato nazionale ed internazionale, testimoniano un'attenzione sempre più crescente da parte del sistema "impresa" nei confronti del versante etico/sociale.

A tal proposito sono stati portati a conclusione importanti accordi di marketing sociale con ENEL CUORE ONLUS e MEDIAFRIENDS ONLUS e rinnovati i rapporti di collaborazione con MUKKI - Centrale del latte di Firenze Pistoia Livorno, Sorgente Tesorino e con IGNESTI.

ENEL CUORE ONLUS - Nuovo Meyer, nasce la Casa dei Bambini

La Casa dei Bambini ENEL CUORE è il progetto del Meyer presentato nel 2004 a Roma nell'ambito di "Alcune vite hanno meno luce di altre". Alla presenza di Piero Gnudi, presidente di Enel, e dell'allora amministratore delegato di Enel Paolo Scaroni, il presidente della Fondazione Meyer Paolo Morello ha sottolineato come l'albergo sanitario del Nuovo Meyer permetterà di ospitare "10 mila famiglie all'anno. La Casa dei Bambini ha un valore enorme, è un supporto importante alla fase di ospedalizzazione, ormai sempre più breve".

La "Casa dei bambini" occuperà l'intero secondo piano nell'ala sinistra di Villa Ognissanti (circa 3.500 metri quadrati di superficie), lo storico edificio adesso in fase di ristrutturazione. Un recupero che oltre a riportare questa parte della Villa all'antico splendore, avrà funzioni di supporto all'attività sanitaria svolta nel Nuovo Meyer. Affacciata sul parco secolare, la "Casa dei bambini" avrà venti camere doppie e due stanze di soggiorno che assicureranno il massimo del comfort alberghiero e, nel contempo, il più stretto collegamento con l'Ospedale.

La Casa dei bambini rappresenta una delle novità più significative del Nuovo Meyer perché permetterà ai bambini che vi saranno ospitati con le proprie famiglie, di usufruire delle cure e dei controlli sanitari senza dover vivere la quotidianità dell'ambiente ospedaliero. I piccoli utenti usufruiranno perciò del più qualificato controllo sanitario in un ambiente sereno e gioioso. Da anni il Meyer è fortemente impegnato a costruire un Ospedale a misura di bambino, attento alla sua voglia di gioco, fantasia, musica, verde, semplicità e familiarità. Ora può aggiungere un nuovo e importante mattone al progetto grazie a Enel Cuore Onlus. Con il 2005 si è completato il contributo a favore della Fondazione.

FABBRICA del SORRISO

La Fabbrica del Sorriso ed. 2004/5 sostiene il progetto del "VERDE nel Nuovo Meyer"

"Il bambino malato" è il grande tema, attorno al quale si è svolta la scorsa kermesse organizzata da MEDIAFRIENDS ONLUS sulle reti Mediaset (e con la collaborazione di MEDUSA FILM e MONDADORI). A tale scopo sono state selezionate 40 associazioni di solidarietà sociale che operano in Italia e all'estero e che hanno tra le loro finalità quella di alleviare le sofferenze dei bambini malati e di assicurare loro migliori condizioni di vita. Per una maggiore chiarezza di obiettivi, sono state individuate 5 macro aree d'intervento, all'interno delle quali si muovono, con le loro specificità, le 40 associazioni. Le 5 aree d'intervento riguardavano: i bambini malati in ospedale, i bambini con malattie debilitanti, psichiche e handicap, le cure mediche in paesi sottosviluppati, la ricerca e l'informazione sulle malattie infantili e il servizio di chirurgia in loco. Il nuovo Ospedale Pediatrico Meyer è stato finanziato per il progetto del "VERDE", infatti

l'Ospedale è "immerso nel verde" di un parco secolare e coniugherà l'eccellenza sanitaria con la più moderna tecnologia facendo del recupero e della compatibilità ambientale uno dei suoi obiettivi forti. Il verde è dentro e fuori l'Ospedale e l'intervento riguarderà sia il parco secolare, all'interno del quale è collocato il nuovo Ospedale, sia le terrazze ed i tetti dello stesso; questo per evitare un impatto ambientale negativo e garantire anche una fruizione del verde ai bambini ricoverati. Tutte le terrazze prospicienti le camere e la copertura del tetto saranno infatti dei veri e propri giardini pensili. Elevata qualità dell'accoglienza, verde dentro e fuori dall'Ospedale, spazi luminosi e coloratissimi: il Nuovo Meyer è l'Ospedale che non sembra un ospedale, un esempio unico in Italia. Con il 2005 si è completato il contributo a favore della Fondazione.

Cause Related Marketing

La Fondazione Meyer pone una grande attenzione all'eticità delle partnership ed è tra i firmatari del "Codice di Comportamento" del Sodalitas Network .

Il documento è il risultato di quanto emerso dal Gruppo di Lavoro(a cui hanno aderito tra gli altri: Assif, Assocomunicazione, Assolombarda, Assorel, Azione Aiuto, Cesvi, Cittadinanzattiva, Federmanager, Ferpi, Fondazione Ospedale Meyer, Henkel, Koinetica, Ministero del Welfare, Mondadori Informatica, Philips, Politecnico di Milano, RCS Mediagroup, Reale Mutua, Summit Comunicazione, Tiscali, TP, Unicom, Unicredit, Università Bocconi, UPA, Vita Comunicazione.) che ha messo a punto i principi di base per lo sviluppo di progetti di Cause Related Marketing trasparenti ed efficienti. Integrità, trasparenza, sincerità, mutuo rispetto, partnership, mutuo beneficio. Questi sono i principi a cui si impronta la Fondazione Meyer nel promuovere con l'azienda partner un'efficace campagna di Cause Related Marketing e per sviluppare insieme ad essa iniziative di Marketing Sociale .

Questo testo definisce le principali regole di comportamento nell'operare quotidiano e identifica strumenti idonei alla gestione di progetti che vedono la partnership tra soggetti profit e nonprofit.

INDAGINE DOXA

E' stata commissionata un'indagine nazionale DOXA su notorietà, immagine e posizionamento comunicazionale della Fondazione Meyer. Oggetto della ricerca è stato quello di verificare la notorietà della Fondazione e delle sue attività in ambito regionale e nazionale; verificare l'impostazione generale della comunicazione sviluppata nella sua capacità di promuovere la Fondazione e di sostenere efficacemente le donazioni; di individuare linee guida per la messa a punto ottimale delle strategie di comunicazione in rapporto ai nuovi obiettivi.

PREMI E RICONOSCIMENTI

OSCAR DI BILANCIO 2005

La Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Anna Meyer è risultata tra i 5 finalisti dell'Oscar di Bilancio 2005, categoria Enti Non Profit.

La giuria del prestigioso premio, presieduta dal Rettore dell'Università Bocconi Angelo Provatoli, ha riconosciuto l'impegno di chiarezza e trasparenza nella predisposizione e comunicazione dei documenti economici-finanziari. Riportiamo la motivazione: "Il bilancio economico, completo ed esaustivo, si raccorda efficacemente con il bilancio sociale. La rendicontazione sociale è poi apprezzabile soprattutto per la puntuale indicazione degli obiettivi di miglioramento, e per le iniziative di comunicazione sviluppate ad hoc per avvicinare ai contenuti del bilancio lo stakeholder di riferimento per la Fondazione, ossia i bambini".

PREMIO ARETE'

La Fondazione Meyer, ha vinto il primo premio assoluto nazionale "Aretè 2005", Comunicazione Responsabile per il sito ufficiale dei bambini del Meyer, La Presa della Pastiglia.

Il Premio nasce allo scopo di richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica sulle aziende pubbliche e private, sugli enti e sulle istituzioni che comunicano in maniera responsabile. Il Premio Aretè (in greco un corso virtuoso di pensiero, sentimento ed azione) intende segnalare

alla business community in particolare e all'opinione pubblica in generale, i soggetti che si sono distinti per l'efficacia della comunicazione nel rispetto delle regole della responsabilità.

PREMIO PALINSESTO ITALIA 2005

La "Presa della Pastiglia" si aggiudica anche il primo premio nella seconda edizione di Premio Palinese 2005 per l'editoria multimediale e multiplatforma.

Il progetto de La Presa della Pastiglia rappresenta la sintesi di tutta l'attività di comunicazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze, che ha come destinatari principali i bambini. La Presa della Pastiglia si caratterizza come progetto multiplatforma in due sensi:

1. Come progetto generale di coordinamento della comunicazione con i bambini dell'Ospedale, sfruttando i vari supporti mediatici a disposizione (editoria libraria, multimediale, on line, radiofonica, musicale).
2. Come prodotto multimediale integrato, esplicitato dal portale La Presa della Pastiglia, costituendosi sia come sistema di distribuzione del contenuto sia come interfaccia ludica ma anche e soprattutto come canale interattivo di comunicazione.

Direttamente la Fondazione Meyer ha organizzato il consueto appuntamento estivo "Il Giardino delle Meraviglie" al Parco di Villa Demidoff di Pratolino e l'edizione 2005 (biennale) del "Facciamoci in quattro per il Meyer". Non è stato organizzato lo spettacolo dedicato ai stakeholder dell'Ospedale, "Il Meyer per il Meyer", perché si è deciso di spostarlo nel periodo primaverile e di presentarlo in concomitanza con il risultato di raccolta fondi dell'anno precedente.

"Facciamoci in quattro per il Meyer 2005"

Si tratta della quinta edizione di questa manifestazione organizzata dalla Fondazione Meyer e che vede protagonista la scherma dopo il successo delle precedenti edizioni dedicate a calcio, pallanuoto, golf e baseball.

L'iniziativa, direttamente organizzata dalla Fondazione Meyer, ha visto l'importante collaborazione della Società Scherma Prato, degli assessorati allo sport di Comune e Provincia di Prato, del Panathlon Prato e del Comitato Regionale Toscano della Federazione Italiana Scherma. Hanno presentato e animato la giornata Gaetano Gennai e Luca Magni.

Hanno partecipato i campioni Simone Vanni, Anna Ferni e Gabriele Magni. I fondi raccolti sabato 22 ottobre sono stati destinati per dotare la struttura ospedaliera di uno stimolatore magnetico transcranico, un'apparecchiatura tecnologica che consentirà un bilancio neurofisiologico completo della funzione del sistema nervoso in modo innocuo per il piccolo paziente.

"Il Giardino delle Meraviglie"

L'edizione 2005 de "il Giardino delle Meraviglie" si è svolta il 26 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, aquiloni 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.

MEYER CULTURA

Meyer Cultura è il progetto che ha dato vita a numerose iniziative culturali ed educative, nel campo delle arti visive con MeyerArt, nelle attività legate alla musica con MeyerMusica e in quelle legate al teatro con MeyerTeatro. Grazie a questi progetti e all'attività di promozione, di sostegno e di coordinamento svolta dalla Fondazione Meyer, è possibile dare alle iniziative

maggior continuità, coinvolgere tutti i vari reparti e alimentare tra gli operatori uno spirito di ricerca che metta il bambino e le sue esigenze al centro del processo creativo.

La Fondazione Meyer sostiene numerosi progetti ed interventi di comunicazione per i bambini in Ospedale. Per le mostre legate al Progetto Meyer Cultura, ricordiamo in particolare:

Gli animali di Sara - Opere di Sara Carlini iniziata nel dicembre 2005 e rimasta in esposizione fino al 20 gennaio 2006 venti disegni di Sara Carlini, giovane ma già affermata illustratrice;

Disegnare i mostri selvaggi - l'illustrazione italiana e la lezione di Maurice Sendak. Curata da Andrea Rauch - in occasione dell'opera lirica tratta da *Where the Wild Things are* al Teatro Comunale di Firenze;

Disegnare i mostri - l'esperienza dei bambini. Quadri bidimensionali coloratissimi e "mostruosi" con accanto grandi personaggi di cartapesta con fauci aperte, zampe artigliate e occhi gialli. Sono gli oltre venti lavori che sono stati esposti.

Le case Fantastiche, mostra di pittura di Antonella Cavina, infermiera presso il DEA, che ha immaginato un mondo fantastico abitato in ogni luogo.

IL BILANCIO E' IL CUGINO DELLA BILANCIA mostra dei disegni originali di Sara Carlini per il Bilancio Sociale per i bambini.

Il Malatino, mostra con le illustrazioni del libro realizzate dal maestro Silvano Campeggi e accompagnata dalle fantasie di Riccardo Nannini.

LA RADIO

"UNZY, DUNZY, TRINZY, I BAMBINI CONTANO AL MEYER", grazie a LADY RADIO viene realizzato un programma radiofonico che va in onda il sabato mattina e ospiti d'onore sono proprio i bambini del Meyer, intervistati da Eva (11 anni) con Manuela Plastina in studio.

Nel Paese dei Mostri Selvaggi - Where the Wild Things Are.

La Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer ha partecipato con entusiasmo al progetto culturale "Nel paese dei mostri selvaggi" organizzato dalla Syracuse University di Firenze che prevede la coproduzione con il Teatro del Maggio Musicale Fiorentino della fantasy-opera, e la nostra collaborazione per la realizzazione, presso l'Ospedale, della mostra "Disegnare i mostri", dove sono esposti lavori di illustratori italiani influenzati dalla 'lezione' di Maurice Sendak. L'esposizione, curata da Andrea Rauch, direttore artistico di Meyer Art, ha previsto la partecipazione di opere di Chiara Carter, Valeria De Caterini, Francesco Fagnani, Simone Frasca, Carola Ghilardi, Cecco Mariniello e Andrea Rauch. E' stato editato anche un catalogo della mostra a cura di Polistampa. Per lo spettacolo, i bambini ospiti della ludoteca ed i suoi operatori, hanno preparato dei veri e propri "mostri" in cartapesta a grandezza naturale che sono apparsi in teatro. Sono stati creati appositi laboratori con i bambini del Meyer e gli operatori della Syracuse University

Ospedale e musica

Da alcuni anni al Meyer è attiva la presenza di un gruppo di musicisti che intervengono nei reparti con esibizioni ed animazioni adatte ai bambini. E' una presenza gradita non solo ai piccoli pazienti ma anche ai genitori e al personale, che apprezza il clima di distensione e di serenità che la musica regala all'ambiente ospedaliero. L'esperienza si sta evolvendo in modo sempre più articolato e professionale. E' stato avviato il secondo corso per la formazione di musicisti che intervengono in Ospedale mentre si è avviato un progetto per modificare tutto il "clima sonoro" del Meyer. Studi scientifici hanno rilevato che la musica allevia in modo statisticamente significativo la sensazione del dolore, l'ansia e la paura. Al Meyer non c'è un ambiente, sia esso il semplice corridoio, la stanza d'attesa, la camera del reparto o l'ambulatorio, dove non vi sia attenzione per il "clima sonoro". Un clima inteso non solo come riduzione dei rumori più fastidiosi ma anche come intervento musicale capace di creare momenti di distensione e relazione per piccoli e genitori. Nell'Ospedale fiorentino la musica non è intrattenimento, ma fa parte della cura. Per questo i musicisti professionisti, opportunamente formati, intervengono anche in aree "delicate" come la rianimazione, la neonatologia, il centro ustioni, il centro prelievi. La presenza dei musicisti (al Meyer intervengono 8 operatori per

complessive 2.600 ore all'anno) è gradita dai piccoli pazienti, dalle loro mamme e dai loro papà, che la ritengono positiva e quindi un'esperienza da proseguire.

CARE TOYS

Care Toys è un progetto della Fondazione Meyer, partito nel secondo semestre del 2004, a supporto del Nuovo Meyer. Si tratta di un laboratorio di progettazione e ricerca nel quale competenze diverse lavorano sui temi che riguardano gli aspetti materiali e psicologici, di relazione e di servizio, di immagine e di comunicazione dei giochi e degli spazi dedicati al gioco negli ospedali pediatrici.

Coordinatore e direttore del progetto è l'Architetto e Designer Gilberto Corretti.

Collaborano attivamente al progetto:

- ISIA - Istituto Superiore per le Industrie Artistiche
- Cooperativa ARCA presso la Ludoteca dell'Ospedale
- Assessorato all'Educazione del Comune di Pistoia

Care Toys ha fatto il suo debutto a Pitti Immagine Bimbo, gli scorsi 21-23 gennaio 2005. In due spazi caldi e colorati, dove sono stati allestiti una vera e propria vetrina del laboratorio di giochi e una saletta di incontro dove al pomeriggio (dalle 16 alle 18) è stato possibile gustare un thè scoprendo le idee, i progetti e le suggestioni della dimensione del gioco, Care Toys ha incontrato gli operatori, le istituzioni e le città.

Dal 13 al 18 aprile 2005 CareToys è stato a Pitti Living, al Padiglione Visconti presso i laboratori Scala Ansaldo in via Tortona 58 a Milano. Nei giorni della manifestazione un'area speciale dello spazio espositivo fungeva da laboratorio, dedicato ai progetti e agli eventi di giovani designer.

Dal 22 Aprile al 1 Maggio 2005 Caretoys è stato alla mostra dell'Artigianato, presso la Fortezza da Basso di Firenze, nel piano inferiore del Padiglione Spadolini, dove è stato organizzato un piccolo cartellone di letture e spettacoli per bambini ed è stato promosso e comunicato anche il Nuovo Meyer.

Care Toys ha curato l'allestimento dello stand della Fondazione Anna Meyer al centro commerciale "I Gigli" per la campagna " Compra una pallina di Natale" a favore della costruzione del Nuovo Meyer.

La Fondazione ospita anche la sede legale dell'A.O.P.I. Associazione Ospedali Pediatrici Italiani, costituita il 14 marzo 2005 e fondata dai principali ospedali pediatrici italiani.

Tra le molte donazioni evidenziamo quella di una privata cittadina che ha consentito l'acquisizione di una moderna TAC.

Tra le acquisizioni si evidenzia la dotazione di Pensili/stativi e accessori lampade scialitiche per le sale operatorie e la terapia intensiva neonatale.

INIZIATIVE PUBBLICHE

La Fondazione segue numerose iniziative, alcune come diretta organizzatrice, altre come co/organizzatrice e consulente, altre ancora come semplice consulente ed infine alcune la vedono come fruitrice passiva.

Tra le varie iniziative pubbliche organizzate o supportate dal Meyer (e a suo favore) si ricordano:

La realizzazione, in collaborazione con TELECOM ITALIA, di una carta telefonica dedicata al Meyer, in 60.000 esemplari e diffusa su tutto il territorio nazionale.

La 27a edizione della "Invernale di Palastreto-XVI Trofeo Giorgio Messeri".

Il "Carnevale nel Mondo", organizzato dal Comune di Firenze con la partecipazione di un vero e proprio carro realizzato in cartapesta dai bambini del Meyer

Lo spettacolo "Pinocchio" del Gruppo Spettacolo di S. Mauro a Signa

Il 53esimo raduno nazionale Bersaglieri soldati di pace con Partita di calcio, presso lo Stadio Comunale, di Nazionale Bersaglieri - Nazionale Parlamentare.

La Serata Event 3, promossa all'Universale da: Fondazione Niccolò Galli, Leo Club di Bagno a Ripoli, Amici di Francesco.

Lo spettacolo "I' delitto del villino accanto" della Compagnia del Sorriso

Le iniziative della Famiglia Salvischiani per il "progetto Mauro", a sostegno della Ludoteca del Nuovo Meyer.

I 25 anni dell'Orchestra da Camera Fiorentina, con il concerto Celebrativo dei 25 anni di attività dell'Orchestra presso il Teatro della Pergola.

L'ELETTRO TENNIS, Torneo di doppio - giallo m/f a specchio presso il Match Ball di Candeli.

L'Iniziativa "Un Arcobaleno per la vita 2005" promossa a Piombino dalla Guardia di Finanza e AVIS di Piombino.

Nearest To The Pin - Audi 4 cup, in collaborazione con Ignesti, gara di golf presso il Poggio de Medici a Scarperia.

"Il Gusto per la Ricerca", 5 chef di fama mondiale a sostegno della ricerca scientifica in campo oncoematologico infantile, presso l'Enoteca Pinchiorri.

Mukki Day, la festa di apertura della nuova centrale del latte aperta a tutta la cittadinanza.

La cena di beneficenza MOLINO FOR MEYER, a Molin del Piano

FARFESTA: festa dei Farmacisti di Firenze, presso Villa Montalto.

IL CIRCO DI PIMPA, festa/spettacolo che celebra il 30° compleanno di Pimpa, la cagnolina a pois creata da Francesco Tullio Altan. Presso il Parco Mediceo di Villa Demidoff a Pratolino.

Partecipazione alla 69° Mostra Internazionale dell'Artigianato con stand sul Nuovo Meyer e CARETOYS, in collaborazione con ARTEX e Firenze Fiera.

La cena di beneficenza "Scandicci alto a tavola".

La cena di beneficenza del ristorante Santopalato a Pistoia.

La partita di calcio Piloti di rallye Per il Meyer, a Grassina.

L'iniziativa Bettini automobili 4° Motorshow edizione 2005.

Cena Sociale Associazione Gabriele Borgogni "A Cena con Gabry", presso il Saschall.

Il 1° Trofeo Anna Maria Lombardo, Quadrangolare di softball, e la Gimkana 2005 in occasione delle celebrazioni dei 151 anni della Polizia Municipale di Firenze.

La "partita delle signore" presso il campo sportivo Chiavacci, Prato

"Toni... e Furmini", l'iniziativa del Collettivo Autonomo Viola di vendita della maglietta indossata da Luca Toni.

Concerto dei Solisti Fiorentini presso la Basilica di San Lorenzo.

Il torneo di calcio per esordienti "Io aiuto il Meyer" 2° memorial M. Cristina Freddi, DLF Firenze.

La 5° edizione della "Festa mondiale dei macellai" a Panzano in Chianti, ideata e organizzata da Dario Cecchini

"Aiutiamo il Meyer, l'Ospedale dei Bambini", cena sociale di beneficenza de il Circolo giovani di Montecatini Terme

Lo spettacolo IL MALATINO, di Beppe Dati in collaborazione con Lions Club Le Signe.

Il concerto dell'Orchestra Geminiani di Follonica in collaborazione con l'Atheneum Musicale Fiorentino con il contributo di Kiwanis Club, presso Sala Bianca dell'Educandato della SS. Annunziata.

Mercatino di Natale del Centro Anziani del Quartiere 5 di Firenze presso il centro COOP delle Piagge.

Pallina di Natale del Meyer, Dal 28 novembre fino all'8 gennaio 2006, presso il Centro Commerciale "I Gigli", un'iniziativa di raccolta fondi e di promozione del Nuovo Ospedale Pediatrico Meyer.

Le consuete visite natalizie all'Ospedale effettuate da Associazioni, Enti Istituzioni e personaggi pubblici, di cui ricordiamo, tra gli altri: il Cardinale Ennio Antonelli, i Carabinieri, la Polizia, i Vigili del Fuoco, la Polizia Municipale, la Forestale, il calciatore Luca Toni e la squadra di calcio dell'Empoli.

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, ma altre coppie 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 **3 – 5 euro**, le **più alte** quelle di **ENEL CUORE ONLUS** di **484.000 euro** (quota parte 2005 del contributo per la realizzazione della Casa dei Bambini) e della Sig.ra Fallai Calderai di **500.000 euro** (per l'acquisto della nuova TAC Multistrato)

Si conferma la tendenza di crescita di donazioni legate ad eventi lieti (nascite, battesimi, comunioni, matrimoni) e che hanno ad oggetto "**bomboniere solidali**" a favore dell'Ospedale. 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 2005 più di 400 famiglie hanno contribuito in occasione di nascite, battesimi, comunioni.

Non solo bomboniere, ma anche "**liste di nozze**", infatti sono giunte donazioni da parte di amici e parenti di 6 coppie 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 2005, il bacino di "diffusione" è stato di non meno di 40.000 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 (637) 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.

Molte **aziende** hanno destinato in donazione alla Fondazione Meyer l'equivalente della spesa che avrebbero sostenuto per l'acquisto delle **strenne natalizie** ai propri dipendenti e clienti. Questa è una fonte importante di fundraising testimoniata dagli oltre 292.000 euro raccolti dalle imprese e dai 40.000 raccolti da privati

Tra le varie donazioni frutto anche di accordi di marketing sociale si ricordano invece, tra le altre, quelle: di **MPS Banca per l'Impresa** (50.000 euro) per acquistare un sistema di videogastroscoopi pediatrici e neonatali; di **La Fabbrica del Sorriso** (70.000 euro a saldo del contributo 2004) per il verde nel Nuovo Meyer, 50.000 euro da parte di **AUTOSTRADE SPA**, 50.000 euro da parte di un **lascito testamentario**, 35.000 euro da parte del **CAV – Collettivo Autonomo Viola** per l'iniziativa "Toni e furmini", 20.000 euro da parte della **CRSM – Cassa di Risparmio di San Miniato**, 15.000 da parte della **Fondazione Niccolò Galli**, 25.000 da parte di **CHIRON** e **Mukki - Centrale del Latte di Firenze** (80.000,00) che rimane il major sponsor del Meyer. Iniziate nel 2005, ma terminate nel 2006, le iniziative di COW PARADE International in Firenze e del "Natale ai Gigli".

Continua l'affetto che alcuni privati ci dimostrano attraverso donazioni continuative come la **sig.ra Renata** che ormai da 3 anni ogni mese ci dona 29 euro e un'altra signora, che desidera rimanere anonima e che ogni due mesi ci fa una donazione di 500 euro. Crescono anche le donazioni derivanti da mercatini di bambini e le feste di compleanno di adulti, in particolare per i 40 anni che rinunciano ai regali invitando gli amici a fare una donazione a favore del Meyer.

6. Conclusioni ed indicazioni

Anche nel 2005 si registra un **nuovo successo** del fundraising del Meyer: il totale raccolto ha raggiunto il nuovo massimo storico di **3.097.720,33 euro** (+10% rispetto al 2004)

Questo risultato consolida quello dell'anno precedente; la crescita rilevante dei singoli donatori, aumentati del 75% (un tasso superiore alla media degli ultimi 8 anni), testimonia un ottimo lavoro di radicamento sul territorio, nonostante il perdurare di una crisi economica diffusa.

L'eccellente risultato del 2005 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.

Tutto questo è reso possibile anche dalla agilità gestionale della Fondazione e dalle normative fiscali e tributarie favorevoli, che 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.

La Fondazione Meyer, che chiude il 2005 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**. Allo stesso modo, è rilevante l'apporto della Fondazione per le strategie di comunicazione e "promozione" del Nuovo Meyer di Villa Ognissanti.

Nel 2005 la Fondazione si è dotata di un innovativo strumento gestionale che le consentirà di lavorare nel futuro con estrema segmentazione sul database dei donatori. Questo nell'ottica di sviluppo delle iniziative di direct marketing, ma anche di comunicazione. Proprio nella strategia di sviluppo di un "dialogo" con i donatori e per operare in assoluta trasparenza ed informazione, si inserisce la nascita di un periodico trimestrale, "Gli Amici del Meyer", testata regolarmente registrata e diretta da Roberta Rezoalli. Nel 2005 sono usciti i primi due numeri dedicati alla presentazione della Fondazione, alle eccellenze sanitarie del Meyer, all'avanzamento dei lavori del Nuovo Meyer, agli eventi in corso ed anche alla rendicontazione di bilancio.

L'obiettivo fondamentale che il Meyer si pone per il 2006, anche alla luce di futuri segnali di ripresa dell'economia, è quello di "mantenere" la propria estesa 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.

A tal proposito dovrà essere sfruttata al massimo l'occasione fornita dalla nuova legge finanziaria che prevede la possibilità per Enti non lucrativi come la Fondazione di raccogliere il **5 per mille** dalla dichiarazioni dei redditi di privati cittadini.

In parallelo deve continuare ad essere promossa la recente **regolamentazione sulla deducibilità fiscale delle erogazioni liberali alle Onlus**. La legge **consente a privati e aziende di dedurre** le donazioni a favore di Onlus come la Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer, **nella misura del 10% del reddito imponibile e fino a un tetto di 70 mila euro l'anno**.

Nell'ottica dello sviluppo, la Fondazione realizzerà una **specificata attività di formazione** e di **specializzazione** della struttura della Fondazione, in termini di competenze ed anche come "percorso di qualità".

Al fine di **verificare la riconoscibilità del "marchio" Meyer**, è stata commissionata all'istituto DOXA una specifica ricerca di marketing, il cui risultato dovrà essere sfruttato per la fase operativa di posizionamento strategico nazionale del Meyer. Proprio a riguardo del Nuovo Meyer ci si orienterà, entro il 2006, verso una campagna di **comunicazione e di promozione** che informi

della prossima **nascita di un nuovo ospedale all'avanguardia**. In particolare, si tratterà 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.

Dovrà partire a brevissimo una **campagna del Meyer**, da attuarsi per il tramite della Fondazione, **sui lasciti testamentari**. Questa operazione si iscrive nell'ambito di una strategia di fundraising importante orientata al lungo termine ed impostata su base sovraregionale con un importante investimento iniziale.

La Fondazione dovrà partecipare a **"circuiti non profit" a livello nazionale** come Vita, Sodalitas, Forum Terzo Settore, Summit della Solidarietà, Carta della Donazione per essere presente ufficialmente nei "centri decisori" del mondo non profit nazionale.

E' da attuare nel 2006 anche l'intrapreso percorso di lavoro e di relazione con il mondo delle imprese: il progetto denominato **"Club Impresa amica del Meyer"** sostanzia la necessità di organizzare in modo sistemico e sistematico le relazioni tra la realtà non-profit della Fondazione Anna Meyer Onlus e le realtà profit (aziende) che ad essa si vogliono avvicinare e/o legare anche tramite rapporti di Cause Related Marketing.

Tale progetto nasce quindi per cercare di istaurare una collaborazione continuata con le aziende che vogliono legare il proprio nome, la propria immagine, il proprio operato ad un'importante *issue* sociale: la cura ed il benessere del bimbo speditizzato e della sua famiglia. Il progetto dovrebbe essere teso a migliorare il rapporto con le aziende profit in termini numerici, di rappresentatività di settore, di fidelizzazione

Per questa, come per le attività future di Fundraising, di Corporate Social Responsibility e di Cause Related Marketing, occorrerà valutare **l'estensione del rapporto con l'Università e 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.