



L'EX ANTIQUARIO Marcello Tridapali HA CREATO IL BUSINESS SOCIALE RETE TOSTA

Fundraising NELLA RETE

Un'asta online e un micro-blog incentivano la raccolta fondi. Valorizzando le community

Un'astastile eBay, una community modello Facebook, in una piattaforma che finanzia progetti sociali. Così nasce Rete Tosta, business sociale che punta a fare incontrare sul web donatori e organizzazioni non profit.

A partire dagli anni 80, un gruppo di amici si ritrova periodicamente per divertirsi, con un'asta amichevole di beneficenza, l'Asta Tosta. E il ricavato viene destinato direttamente a progetti in Africa. «Due anni fa ho deciso di riprendere questa nostra idea sfruttando internet», spiega Marcello Tridapali, ex antiquario, che assieme alla moglie si è buttato in questa impresa sociale che incentiva la raccolta fondi a favore di Onlus.

Una volta iscritti alla community gli utenti possono scegliere di donare un bene e metterlo all'asta e/o di acquistare oggetti donati da altri. Il

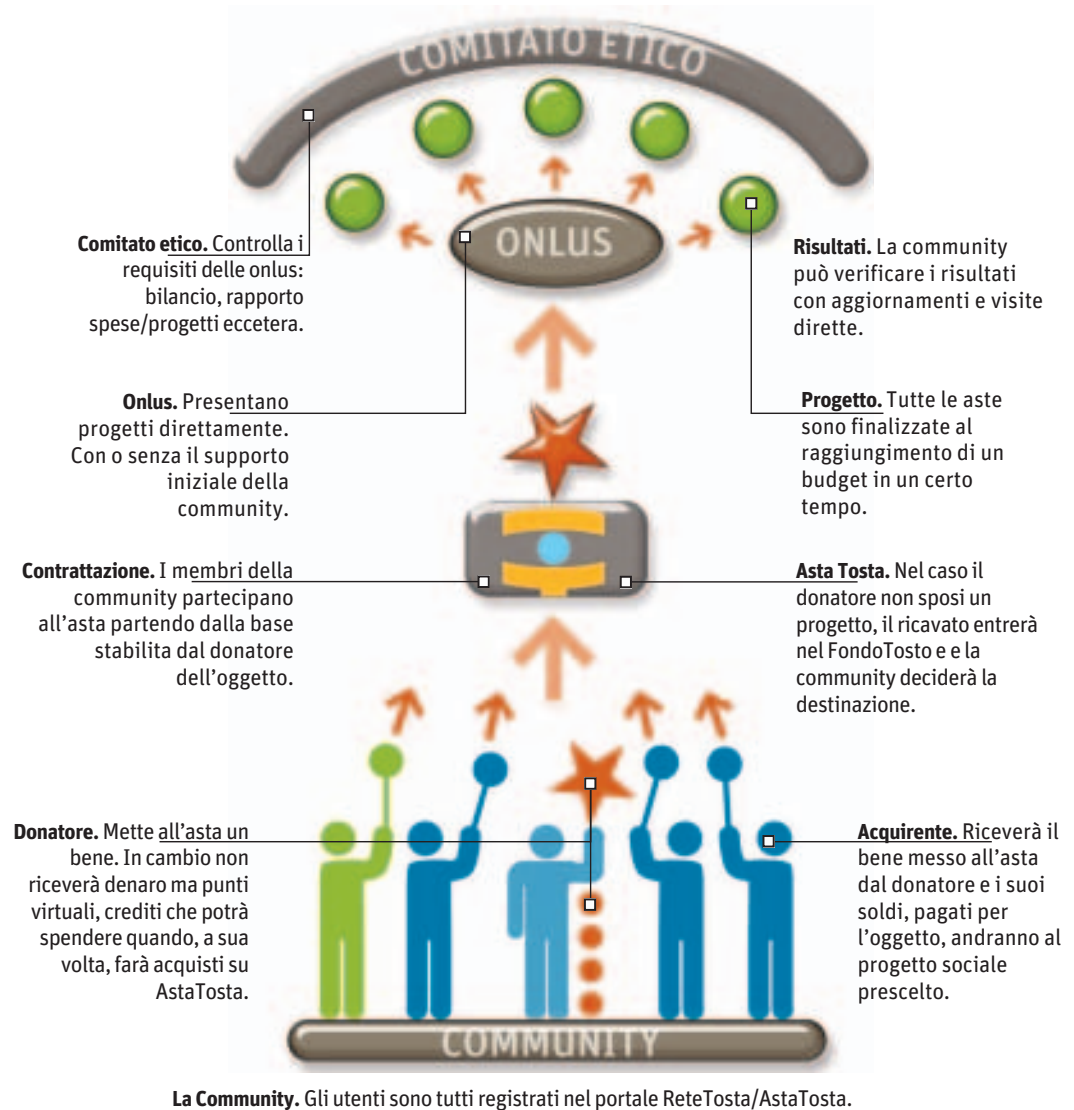
donatore indica una base d'asta, gli altri utenti rilanciano fino all'offerta più alta. A questo punto, il donatore si impegna a cedere l'oggetto all'acquirente, il quale destina la somma al progetto sociale prescelto, attraverso l'Associazione Rete Tosta Onlus. Viene devoluto il 100%, senza commissione.

Il meccanismo incentiva la cultura del riuso (gli oggetti superflui tornano a essere utili) e della donazione. Il donatore riceve crediti virtuali, che può spendere quando deciderà di comprare all'asta. Inoltre le Onlus - anche le più piccole - sono coinvolte a presentare progetti in modo convincente. Un Comitato etico - composto da Roberto Randazzo e Giorgio Fiorentini, docenti dell'Università Bocconi e Francesca Mineo, consulente per le organizzazioni non profit - valuta i progetti in base a requisiti minimi (la forma giuridica di Onlus, il bilancio, la quota di spese). Sarà la community a decidere i progetti ritenuti più interessanti. Le Onlus hanno tutto l'interesse a farsi conoscere con trasparenza e l'Associazione Rete Tosta organizza viaggi e visite per verificare l'esito dei progetti.

AstaTosta - che sarà presentata all'Hub di Milano il 31 marzo - sfrutta quindi le potenzialità della community: la partecipazione, il fare qualcosa assieme, magari divertendosi. Co-

me in Facebook ci sono Amici e nella community si stringono alleanze sui progetti in una sorta di competizione benefica, con tanto di classifiche che attribuiscono una sorta di rating di partecipazione. «Vogliamo coinvolgere, per esempio, anche le società sportive - spiega Tridapali - I calciatori potrebbero donare i loro cimeli. E il ricavato potrebbe andare alle Fondazioni onlus delle stesse so-

L'asta interattiva con alleanze



>media>non profit>relazioni

I SOCIAL NETWORK MOLTIPLICANO I FONDI

Milioni di dollari raccolti con Causes di Facebook. E oggi parte Twefestival

Quando lo scorso gennaio un terremoto di magnitudo 7 ha devastato l'isola di Haiti, la comunità di Facebook si è mobilitata subito: il videogioco Farmville, una fattoria digitale, ha proposto una sottoscrizione ai suoi 80 milioni di utenti mensili globali. E in pochi giorni ha raccolto 740mila euro. L'incasso è arrivato al Programma alimentare mondiale (Wfp): l'agenzia delle Nazioni Unite ha ringraziato Zynga, la società californiana che ha progettato Farmville. Ma è un successo raro, sull'onda di evento drammatico. Perché i social network hanno ampliato soprattutto la capacità di co-

municazione per le associazioni non profit. Anche in Italia.

Find the Cure, per esempio, è una onlus di Savona. Ha contattato attraverso Facebook gruppi di ragazzi sul territorio. In seguito, ha organizzato feste per la raccolta fondi: il social network permette di diffondere i messaggi attraverso il passaparola online. E ha finanziato missioni per l'assistenza medica, raccontando le esperienze sul campo attraverso le esperienze delle persone impegnate nei progetti umanitari. «Il fundraising è la creazione di relazioni positive con le persone» sottolinea Valerio Melandri, docente di economia azien-

dale all'università di Bologna. E aggiunge: «I social network gestiti correttamente sono un supporto, ma le piccole organizzazioni devono pianificare attentamente le iniziative con Facebook e altre reti sociali online, altrimenti rischiano di sprecare tempo e risorse». Sono sette milioni gli italiani tra i 25 e i 44 anni iscritti al social network fondato da Mark Zuckerberg. È una fascia d'età che racchiude la metà delle persone disposte a offrire denaro occasionalmente, come evidenziano i dati dell'Istituto italiano della donazione. La presenza delle associazioni non profit nelle reti sociali online diventa un'occasione di conversazione con il pubblico su internet, soprattutto i giovani. Per arrivare, in seguito, alla partecipazione nelle piazze.

Alcune organizzazioni hanno scommesso su Facebook. Sulla condivisione di fotografie punta il Fondo italiano per l'ambiente (Fai): offre dettagliati album di immagini dedicati agli edifici storici. Medici senza frontiere pubblica nella fan page del social network storie dai



Facebook Causes. Spazio per partecipare e chiedere fondi: in due anni raccolti nove milioni di dollari



Kiva. Piattaforma per il microcredito su internet che ha contribuito a finanziare le attività di 318mila imprenditori.

paesi in via di sviluppo. Cesvi chiede adesioni per la campagna Stop aids at birth, con l'applicazione causes, spazio per la partecipazione e per la domanda di fondi. Dal 2007 al 2009 i donatori hanno versato nove milioni di dollari con causes. Ep-

pure, secondo l'organizzazione non profit Care2, una frazione minima dei progetti (0,2%) attrae il 40% della cifra raccolta con l'applicazione di Facebook.

Alle campagne globali contribuiscono anche i microblog di twitter. Con l'obiettivo di accendere i riflettori sugli eventi. Oggi parte il Twefestival per sostenere programmi di istruzione nei paesi in via di sviluppo. Secondo Amanda Rose, promotrice dell'iniziativa, un anno fa il party online ha ottenuto 250mila dollari. Per esprimere emozioni e opinioni è più adatto Tweetsgiving, maratona di messaggi inviati con i microblog su temi umanitari. Ma i social network sono la punta dell'iceberg. Da cinque anni è attivo Kiva, piattaforma per il microcredito su internet che ha contribuito a finanziare le attività di 318mila imprenditori. Tanto che Kiva è diventato un modello per progetti come Vittana, per la raccolta di prestiti per gli studi universitari.

Luca Dello Iacovo
luca.dello@gmail.com

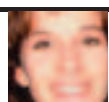
© RIPRODUZIONE RISERVATA

nova100
www.nova100.ilsole24ore.com



Cosa guardano di noi su Facebook. Come nasce l'"impressione" che diamo di noi sul social network.

lucachittaro.nova100.ilsole24ore.com



Tv e Web separati. Convergenza fatta in casa: il pc connesso sul divano, davanti alla televisione.

paolaliberace.nova100.ilsole24ore.com



Magneti di investimenti. Cosa attrae gli investimenti dei grandi gruppi globalizzati.

marcobaccanti.nova100.ilsole24ore.com