

# LE RETI SOLIDALI

ASTE BENEFICHE, DONAZIONI, RACCOLTE  
DI FONDI. ANCHE LA SOLIDARIETÀ VIAGGIA  
SEMPRE DI PIÙ ONLINE

di ROBERTO DEL SECCO

Un tempo era il banchetto agli angoli delle strade, la questua porta a porta, le lettere sentite e partecipate. Oggi la speranza è salita sul carro delle tecnologie e il volontariato ha scoperto strumenti nuovi e dalle infinite potenzialità. Una campagna di adesioni che si rispetti passa ormai attraverso un sito dedicato, un video su MySpace o su YouTube, un blog tenuto dalle persone che vivono il progetto in prima linea e magari un servizio fotografico pubblicato su Flickr, il nuovo sito internet dove è possibile lasciare che le proprie foto navighino nel profondo mare della rete.

Che proprio le reti, oltre a restare il principale volano dell'informazione, siano divenute anche lo sponsor maggiore della solidarietà è ormai opinione diffusa, al punto che solo in Italia sono stati recentemente raccolti 2 milioni di euro dalle aste benefiche realizzate su eBay, mentre negli Usa 7 donatori su 10 dichiarano di aver fatto una donazione attraverso internet. Numeri che parlano chiaro e che contribuiscono a riscrivere la storia di un settore che nel corso degli ultimi anni ha assistito al boom delle organizzazioni non governative, delle onlus e, in generale, di numerose iniziative benefiche che hanno coinvolto strati sempre più consistenti della popolazione. Quasi l'80% delle organizzazioni tuttora esistenti è stato creato dopo il 1981 e il 55% tra il 1991 e oggi. Questo lega in modo evidente la diffusione dei nuovi fenomeni solidali con lo sviluppo tecnologico che negli ul-

timi anni ha vissuto la sua età dell'oro. Partendo dalle più comuni catene di Sant'Antonio, passando per le richieste d'aiuto e d'assistenza, fino alle tecniche più sofisticate di *fund raising*, internet si conferma uno strumento dalle potenzialità illimitate, che può raggiungere facilmente i donatori attraverso newsletter, siti gratuiti o chat line; può favorire l'acquisizione di nuovi sottoscrittori tramite la posta elettronica; facilitare le donazioni stesse, attivando rapidi processi di pagamento online e persino organizzare speciali eventi virtuali che possano riunire l'universo solidale e testarne gli stati d'animo e le idee. Le reti di solidarietà sono, infatti, la massima espressione della rete, sia sotto il profilo dell'hardware – perché integrano vari mezzi come internet, telefonia e tv – sia sotto quello del

71 PAGINA  
LA RIVISTA  
DI CONFINDUSTRIA  
SERVIZI INNOVATIVI E TECNOLOGICI  
OTTOBRE 2007

T E C N O L O G I A





software, perchè rappresentano la faccia migliore della cosiddetta società dell'informazione. Ma questa è solo preistoria del nuovo corso intrapreso dalla solidarietà, governato da regole mutevoli e strategie sofisticate dove lo stesso *fund raising*, la più comune raccolta di fondi, si trasforma in un'attività professionale, complessa e dalle enormi potenzialità di crescita. Se infatti Seneca e Cicerone possono essere considerati i primi due teorici della disciplina che hanno trovato in Henry A. Russo – deceduto nel 1999 – il loro erede più illustre e l'esponente più alto di una scuola di pensiero già divenuta scienza, i discendenti ultramoderni del *fund raising* viaggiano alla velocità di internet, scambiando informazioni e lanciano messaggi ad una platea sconfinata. La teoria, in fondo, è rimasta la stessa, ma gli strumenti si sono rivoluzionati e hanno preso il no-

me di Ripple, MySpace, Second Life e di tutto quell'alfabeto multimediale che riempie le pagine dei motori di ricerca.

E proprio di motore di ricerca si parla quando ci si scontra con Ripple, il sito online gemello di Google in versione volontaristica e umanitaria che, per ogni click sugli sponsor segnalati, destina da 1 a 20 centesimi di dollaro a una delle seguenti organizzazioni non profit: Oxfam e Oaktree per la protezione degli ambienti rurali; Wateraid, impegnata nella gestione dell'emergenza acqua; Grameenbank del premio Nobel del Bangladesh, Mohammed Yunus, specializzata nel microcredito.

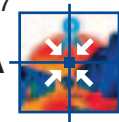
Ma i grandi esperti del *fund raising* non si sono concentrati solo su una fonte di comunicazione,

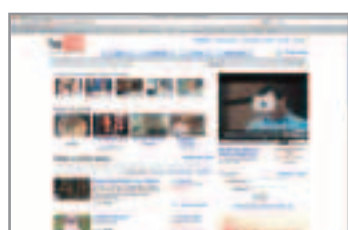
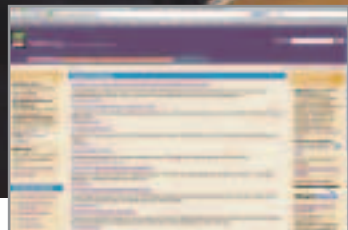
**LE RETI DI SOLIDARIETÀ SONO LA MASSIMA ESPRESSIONE DI INTERNET**

e hanno diversificato la loro presenza virtuale puntando molto anche sul celebre sito, attualmente nelle mani del magnate dell'editoria Rupert Murdoch, MySpace. Il suo è ormai l'esempio più riuscito del web 2.0 e del social networking: una macchina perfetta che conta oltre 100 milioni di iscritti e rappresenta per le organizzazioni solidali un'opportunità senza precedenti. Così, associazioni come Defenders of the Wildlife, Oxfam America, The Human Society, hanno tutte prenotato un loro spazio sul celebre blog per promuovere la loro causa. Ma c'è chi ha fatto di più: la Genocide International, che combatte contro i genocidi nel mondo, ha fatto della rete il suo campo di battaglia, creando un suo spazio su MySpace, un gruppo di utenti simpatizzanti su Facebook, un tag specifico su del.icio.us e su Magnolia, un account su LiveJournal, una collezione di foto su Flickr e una raccolta di video su YouTube. La sua è l'immagine di un volontariato globalizzato, libero da confini territoriali, che ha trovato nelle reti solidali lo strumento per ampliare il suo bacino di utenza e portare il messaggio molto oltre i limiti del porta a porta.

Lo stesso sta accadendo su Second Life, il mondo virtuale affascinante e controverso, dove alcune organizzazioni non profit hanno avviato soluzioni per promuovere la raccolta di fondi e diffondere la propria mission. La tendenza ha tutte le sembianze di un business al punto che parallelamente stanno sorgendo realtà aziendali come l'americana TechSoup che forniscono assistenza tecnologica al mondo del volontariato e dell'associazionismo per organizzare i propri spazi e le proprie attività in rete.

In particolare, lo sviluppo della solidarietà in rete si sta accompagnando all'introduzione di mo-





duli innovativi nel campo dei servizi alle persone, soprattutto per quanto riguarda la salute e il benessere, in settori come il telecontrollo, la diagnostica e la medicina a distanza. Secondo gli studi più recenti proprio la ricerca del benessere e la cura della salute, costituiscono insieme uno dei settori più importanti nell'ambito dei servizi alla persona, con un valore di circa 50 miliardi di euro, corrispondenti al 3,5% del Pil.

Così, come il web ha dimostrato che l'economia del click vive in un mondo tutt'altro che virtuale, lo stesso sta facendo oggi con la solidarietà e la raccolta fondi. Proprio lo sviluppo delle tecnologie Ict, unito alla diffusione delle più recenti strategie in termini di comunicazione e di marketing, ha così dato la scossa ad un settore altrimenti immobilizzato, innescando una crescita senza precedenti, in Italia come all'estero. D'altronde non sarà certo un caso se il più grande filantropo di tutti i tempi sia proprio Bill Gates, l'uomo che più di ogni altro ha incarnato il volto tecnologico del computer e di suo figlio, internet.

*Roberto DEL SECCO, consulente dell'Università Oberta de Catalunya ed esperto di comunicazione.*



## Innovazione per l'innovazione.

AlmavivA è il primo gruppo interamente italiano nel mercato dell'*information technology* e dei servizi innovativi. Oltre 15.000 persone alimentano ogni giorno nel mondo una *partnership* esclusiva con i clienti. AlmavivA integra esperienze, conoscenze, tecnologie e competenze diverse: un nuovo modello di *business* e nuove soluzioni per la pubblica amministrazione, le imprese, le telecomunicazioni, i trasporti, le banche. Per AlmavivA l'innovazione è la formula del cambiamento.

**AlmavivA**  
The Italian Innovation Company