

L'attività della raccolta fondi 2004 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 2004**
- 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 il settimo anno che, nell'ambito della convenzione tra la Facoltà di Economia di Firenze (Dipartimento di Scienze Aziendali) e l'Azienda Ospedaliera Universitaria 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 2003. 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 quarta 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.

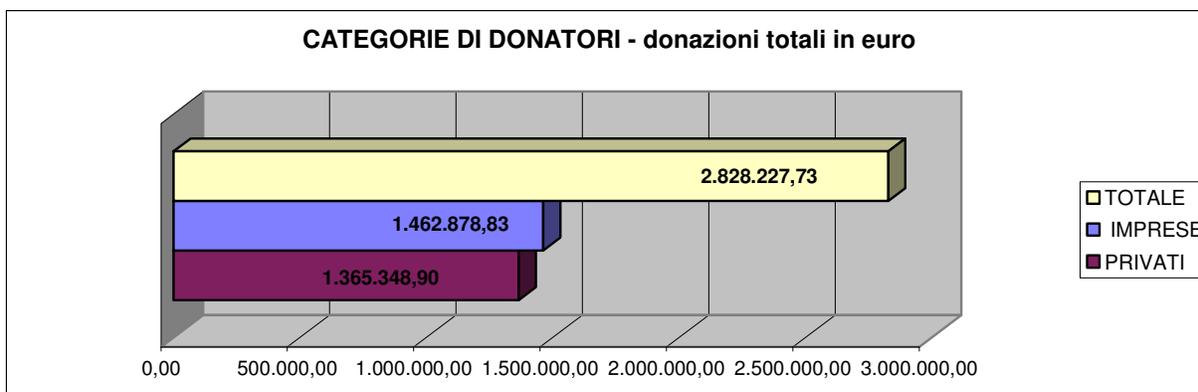
Si ringraziano per la loro collaborazione: Carlo Barburini, Emmanuele Bittarelli, Patrizia Gianassi, Roberta Rezoalli, Roberta Latragna, Mimma Aronne, Duccio Boldrini e Luca Lazzarelli.

**Gaetano Aiello, Alessandro Benedetti, Maria Baiada**

## 2. Dati aggregati anno 2004

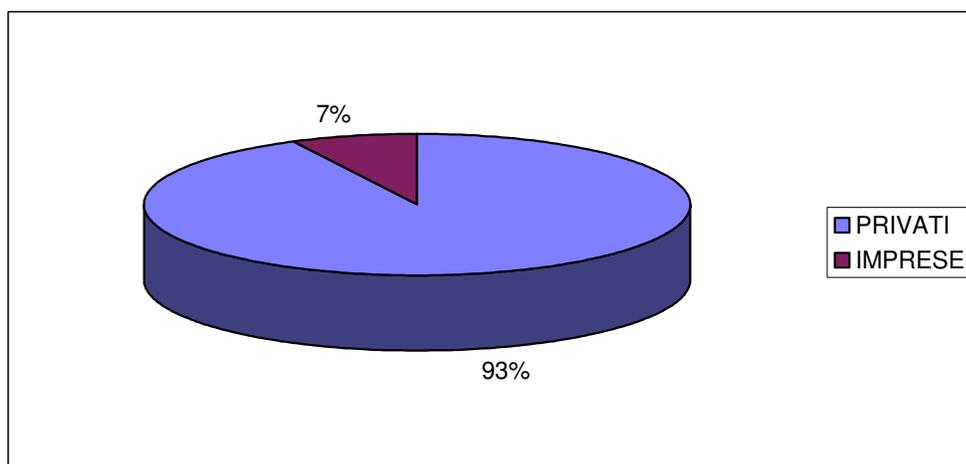
Al fine di elaborare costruttivamente i dati disponibili si è proceduto alla ripartizione delle donazioni in due diversi segmenti di donanti:

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



Dal grafico si evidenzia, a livello assoluto, una contribuzione maggiore da parte delle imprese, anche se bisogna tener presente che questo dato è fortemente influenzato dalla contribuzione straordinaria da parte di ENEL CUORE ONLUS per la casa dei bambini nel Nuovo Meyer.

La **ripartizione percentuale** del totale dei **2648 donatori** ( + **33%** rispetto all'anno precedente) mostra che anche nel 2004 **i privati** hanno recitato la parte del leone in termini di numero di donazioni (**+46%**), mentre le imprese sono rimaste pressoché stabili. Tuttavia in termini di entrate la proporzione cambia e vede un aumento delle contribuzioni delle imprese rispetto al 2003 addirittura del 191%, questo risultato va comunque letto alla luce dell'alta donazione dell'ENEL. Per quanto riguarda i privati, la media aritmetica di tali contribuzioni è di 559 euro per ogni singola donazione. La donazione media delle imprese è invece di 7.463 euro.



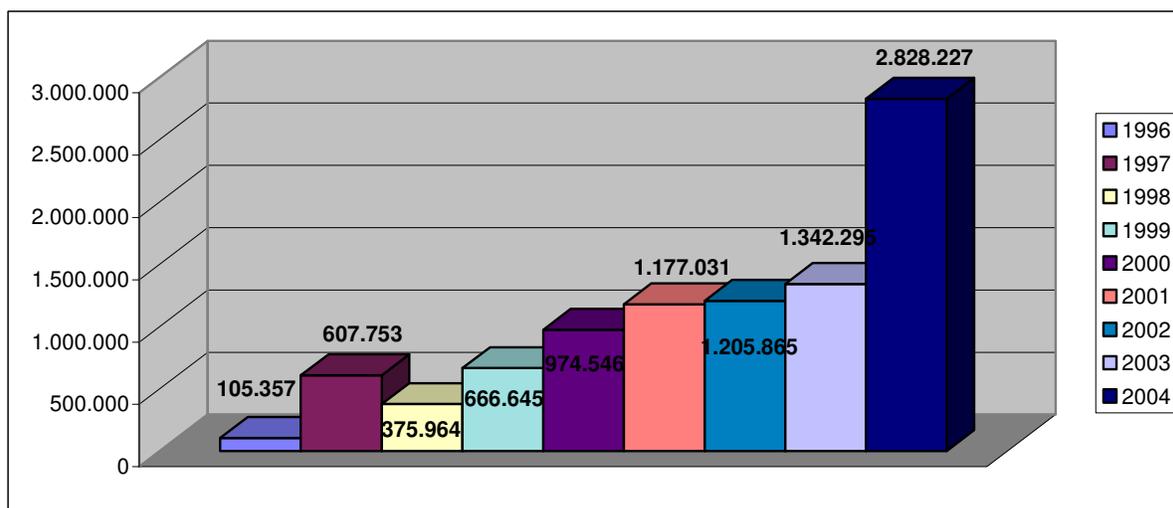
### 3. Analisi dati

#### 3.1 Confronto con gli anni precedenti

Nel 2004 sono stati raccolti **2.828.227 euro**, una crescita del **111%** rispetto al 2003 e questo rappresenta un nuovo record storico.

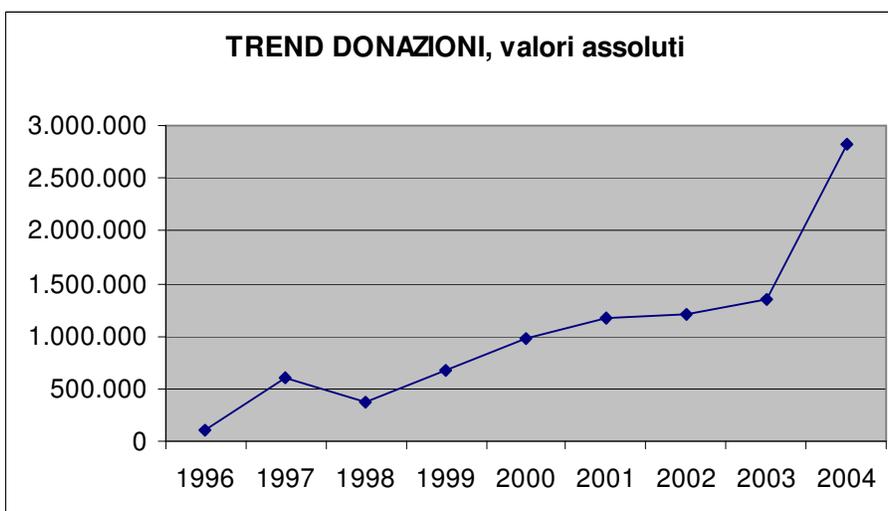
Dal grafico seguente è possibile notare la forte crescita delle contribuzioni ed il raggiunto consolidamento dei risultati, che non si basano più tanto su donazioni straordinarie, come nei primi anni di attività di fundraising, ma su un cospicuo numero di donatori e sulle molteplici iniziative promosse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

COMPARAZIONE ANNI PRECEDENTI



Nel 2004 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.

TREND DONAZIONI, valori assoluti



### 3.2 I donatori

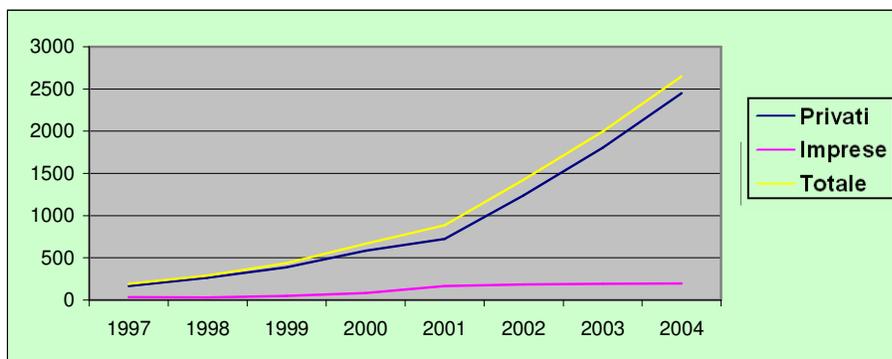
L'aumento dell'importo totale delle donazioni è strettamente correlato alla crescita totale del numero dei donatori, che nel 2004, come già accennato, è **creciuto del 33%**, rispetto al 2003. Il Meyer ha ricevuto **più di 7 donazioni al giorno** (per ogni giorno dell'anno) e la media aritmetica di tali donazioni è di circa **7.748 euro al giorno**.

Inoltre **dal 1997 i donatori sono cresciuti del 1279%** ad un **tasso medio annuo del 46%**.

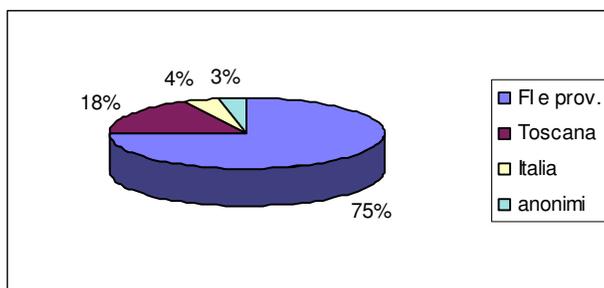
ANNO	PRIVATI	IMPRESE	TOTALE
1997	166	32	192
1998	261	30	291
1999	385	51	436
2000	585	82	667
2001	722	166	888
2002	1.241	186	1.427
2003	1.806	192	1.998
<b>2004</b>	<b>2.452</b>	<b>196</b>	<b>2.648</b>

La base dei donatori privati si è quindi allargata e anche la loro quota media di erogazione si è alzata. Per quanto riguarda le imprese il numero non varia notevolmente anche se la quota media di erogazione ha conosciuto un aumento notevole grazie al contributo di ENEL CUORE ONLUS.

#### 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 (75%)**, mentre gli altri capoluoghi della Toscana contribuiscono per un 18% e il resto dell'Italia per il 4%.



Analizzando il totale delle donazioni 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 delle imprese, quest'anno, si riflettono nelle fasce più alte

<i>CLASSI DONAZIONI</i>	<i>TOTALI</i>
X≤50	913
50<X≤250	1062
250<X≤500	350
500<X≤5000	286
X<5.000	37
	<b>2648</b>

#### 4. Analisi comparativa Azienda e Fondazione Meyer

Con il 2004 si è giunti al termine del quarto 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 il 73% del totale della raccolta fondi del Meyer, ma la **percentuale delle singole donazioni** (2554 su 2648) attratte **dalla Fondazione Meyer è del 96%**. La quota dello scorso anno era dell'85%.

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 alcuni lasciti testamentari ed un contributo di una fondazione bancaria.

<b>DONAZIONI 2004</b> <b>Tipologia donante</b>	<b>PRIVATI</b>	<b>IMPRESE</b>	<b>TOTALE</b>
TOTALI AZIENDA	490.840,11	267.282,46	758.122,57
TOTALI FONDAZIONE	874.508,79	1.195.596,77	2.070.105,67
<b>TOTALE DONAZIONI</b>	<b>1.365.348,90</b>	<b>1.462.878,83</b>	<b>2.828.227,73</b>

<b>DONAZIONI 2004</b> <b>Numero di donazioni</b>	<b>PRIVATI</b>	<b>IMPRESE</b>	<b>TOTALE</b>
TOTALI AZIENDA	87	7	<b>94</b>
TOTALI FONDAZIONE	2365	189	<b>2554</b>
<b>TOTALE DONAZIONI</b>	<b>2452</b>	<b>196</b>	<b>2648</b>

## 5. Iniziative speciali e curiosità

Nel 2004 la **Fondazione** è entrata nel suo **quarto 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 **nuova** ed accogliente sede di **Via Masaccio 222** e l'assunzione di un nuovo dipendente hanno conferito solidità alla struttura organizzativa.

La Fondazione ha svolto, come da finalità statutarie, opera di supporto all'attività istituzionale dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Meyer", 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 (contributo Soccorso Clown), alla Ludoteca (contributo 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, con l'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;

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 stretti 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** (major sponsor del Meyer), **Sorgente Tesorino** e con **IGNESTI**.

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

La Casa dei Bambini ENEL CUORE è il progetto presentato a Roma nell'ambito di "Alcune vite hanno meno luce di altre", le cinque iniziative che Enel Cuore Onlus sostiene a favore dei bambini, degli anziani e dei giovani nell'area del disagio. A Firenze è stato scelto il Nuovo Meyer ed il finanziamento totale per la realizzazione della Casa dei Bambini (albergo sanitario). Alla presenza di Piero Gnudi, presidente di Enel, e dell'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.

### **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 svolge quest’anno la 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 riguardano: 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 finanziato per il progetto del “VERDE”, infatti l’Ospedale è “immerso nel verde” di in 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. “immerso nel verde” di in 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

### **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, Koinètica, 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.

### **PREMIO SODALITAS SOCIAL AWARD**

La Fondazione ha ottenuto il **Primo Premio assoluto** come **migliore campagna di Marketing Sociale insieme a Ikea Italia**. E’ stato assegnato il 21 aprile in Assolombarda, a Milano, di fronte a 600 partecipanti e al ministro del Welfare Roberto Maroni, da Sodalitas, l’Associazione per la responsabilità sociale presieduta da Federico Falck nell’ambito del Social Award edizione 2003. Il Premio riconosce l’importanza della campagna di CRM (Cause Related Marketing) realizzata da Ikea Italia e dalla Fondazione Meyer per il Nuovo Meyer, l’Ospedale dei bambini in costruzione a Villa Ognissanti, sulle colline di Careggi. Una struttura di nuova concezione, pensata a misura di bambino.

La campagna Ikea Italia-Meyer è un positivo esempio di Marketing Sociale che ha permesso, con azioni orientate a far conoscere il progetto Nuovo Meyer alla realtà fiorentina e a tutto il

Centro Italia, la partecipazione diretta della cittadinanza alla sua realizzazione, sviluppando tra l'azienda ospedaliera e un'azienda socialmente orientata, un rapporto di stretta collaborazione. Una campagna centrata, come lo dimostra la motivazione del Premio Sodalitas Social Award 2003, assegnato: "Per il forte entusiasmo con cui l'iniziativa è stata realizzata e il profondo radicamento della partnership nel territorio, dando luogo a una collaborazione che va ben al là della tradizionale intesa tra partner. Inoltre, per la trasparenza del meccanismo di raccolta fondi utilizzato, che ha visto l'impresa raddoppiare il valore dell'offerta fatta dai consumatori".

Altro riconoscimento ottenuto dalla Fondazione Meyer è stato il conferimento del **Premio "Caleidoscopio"**, riservato a personalità o enti che si sono distinte per l'impegno nel sociale ed in particolare per la pace e l'educazione alla non violenza ed alla solidarietà. Il premio, che nelle precedenti edizioni è stato assegnato a Iqbal Masish, Maria Falcone, Daisaku Ikeda e Giovanni Paolo II°, è stato assegnato dal Sindaco del Comune di Spezzano su proposta del Consiglio Comunale dei Ragazzi e dei bambini della Ludoteca multimediale per ragazzi "Caleidoscopio".

### **Oscar bilancio, menzione d'onore per il Meyer**

Menzione d'onore **all'Oscar di Bilancio 2004**, promosso e organizzato da **FERPI** – Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, per l'Azienda Ospedaliera Anna Meyer. La giuria del prestigioso premio ha riconosciuto l'impegno di chiarezza e trasparenza nella predisposizione e comunicazione dei documenti economici-finanziari dell'Ospedale Pediatrico. Anche se non si tratta di un riconoscimento diretto per la Fondazione, testimonia l'eccellenza dell'ente verso il quale la Fondazione fornisce il suo supporto e l'allocatione delle risorse. Non solo, il riconoscimento è stato ottenuto anche per l'attività di raccolta fondi e per il Marketing del Meyer attività queste che sono direttamente gestite dalla Fondazione.

La menzione d'onore attribuita nella categoria "Amministrazioni pubbliche", è stata consegnata durante il Gran Galà milanese al direttore generale del Meyer Paolo Morello Marchese. La giuria ha deciso di attribuirgli al Meyer "per l'egregio lavoro svolto. Il bilancio e gli annessi documenti sono stati valutati positivamente così come l'ampio contenuto informativo. Ulteriore punto di forza dell'Azienda Ospedaliera è il marketing".

Direttamente la Fondazione Meyer ha organizzato il consueto appuntamento natalizio dedicato ai suoi stakeholder, **"Il Meyer per il Meyer"**, che si è svolto il 21 dicembre al **Teatro Saschall** di Firenze. **"Gran Trambusto in Tram-Silvania"** è il titolo della Commedia, scritta da Alberto Severi appositamente per il Meyer e si inserisce nel progetto HPH (Health Promoting Hospital), di cui il Meyer ha il coordinamento per la Regione Toscana.

Alberto Severi, drammaturgo e giornalista, ha saputo costruire un testo forte e profondo in una cornice di semplicità, leggerezza e umorismo intelligente. Un testo, quello di Gran Trambusto in Tram-Silvania, diventato una commedia sulla duplice importanza della formazione e della salute, che la Fondazione Meyer ha voluto produrre.

Lo spettacolo è stato allestito dall'Accademia Teatrale di Firenze – Compagnia del Centro Culturale di Teatro Onlus, in collaborazione con il Comune di Firenze e il Consiglio di Quartiere 2. Regia e scenografie digitali sono di Piero Bartolini.

**Meyer Cultura** è il progetto che ha dato vita a numerose iniziative culturali ed educative, nel campo delle arti visive, **MeyerArt**, nelle attività legate alla musica, **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 maggiore 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.

Per le mostre legate al Progetto Meyer Cultura, ricordiamo in particolare, per Meyer Art, l'esposizione di **Sara Carlini**, "Gli animali di Sara". Sono state realizzate anche le esposizioni dei disegni dei bambini della ludoteca dell'Ospedale "Una galleria di tipi poco raccomandabili", la mostra delle illustrazioni di **Sophie Fatus** dal libro "Guai a chi mi chiama passerotto", l'esposizione di fotografie "bambini in posa" di **Aulo Ieri**, infine Le immagini più belle di "un anno di musica al Meyer" con le foto dei musicisti di "Ospedale e Musica"

La Fondazione Meyer sostiene numerosi progetti ed interventi di comunicazione per i bambini in Ospedale, ne è un esempio la pubblicazione "**Guai a chi mi chiama passerotto**". Si tratta della Carta dei Diritti del Bambino in Ospedale illustrata con i disegni di Sophie Fatus e interpretata con le filastrocche di **Anna Sarfatti**. "Guai a chi mi chiama Passerotto!" è un libro coordinato dalla Fondazione Meyer, edito da Fatatrac e distribuito nelle migliori librerie.

I bambini hanno diritti, anche in Ospedale, e hanno il diritto di conoscerli e di esercitarli a pieno titolo. Nel modo adatto a loro, s'intende. In queste filastrocche, con molto amore e divertimento, c'è una promessa solenne fatta dagli adulti ai bambini: Rispettiamo i vostri diritti, anche in Ospedale.

Le filastrocche sono una libera interpretazione dei contenuti della "Carta dei diritti dei bambini in ospedale" così come elaborata, formalmente recepita e fatta propria dagli Ospedali riuniti nella Conferenza Permanente degli Ospedali Pediatrici e Materno-Infantili italiani

### **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 realizzato il primo corso per la formazioni di musicisti che intervengono in Ospedale mentre si è avviato un progetto per modificare tutto il "clima sonoro" del Meyer.

### **Secondo Workshop Ospedale e Musica**

A un anno dall'inizio del progetto Ospedale e Musica abbiamo pensato di realizzare un workshop per analizzare e condividere i risultati e gli obiettivi del progetto.

La Fondazione dell'Ospedale Pediatrico Meyer e l'Athenaeum Musicale Fiorentino, in collaborazione con il Conservatorio di Musica Luigi Cherubini, hanno organizzato venerdì 12 novembre 2004 il Workshop "Ospedale e Musica – Risultati e Obiettivi dopo un anno di musica al Meyer", che si svolse presso il Conservatorio Luigi Cherubini di Firenze.

Musica in Ospedale: meno dolore e stress per il bambino

Come hanno evidenziato le ricerche effettuate tra il gennaio-marzo 2004 per misurare l'efficacia della musica su un campione di 108 bambini sottoposti ai prelievi al Centro sangue e su quelli (il campione era di 98 bimbi) medicati al Centro Ustioni, il dolore e lo stress diminuiscono in maniera significativa quando l'operatore musicale è accanto ai piccoli pazienti. Gli studi, oggetto delle tesi di psicologia di Elisa Baldi e Francesca Anastasi, sono stati realizzati utilizzando strumenti di osservazione psicologica e adottando nuove "scale" per comprendere come il bambino interagisce con il musicista. Rilevante la conclusione: 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.

### **Creatività multimediale, Fondazione Meyer al Com-Pa**

Il Meyer e la Fondazione dell'Ospedale sono stati presenti al salone della Comunicazione Pubblica di Bologna con un proprio stand in cui hanno esposto i progetti in corso e lo stato di avanzamento del Nuovo Ospedale Meyer

Il mondo del bambino è fatto di fantasia e creatività. E' pieno di colori, suoni, voci, giochi, cose da fare e da toccare. Investe più linguaggi: quello della scrittura, delle rappresentazioni, delle

forme, della musica. Usa tutti i sensi e va oltre agli strumenti tradizionali della comunicazione. E' un universo di suggestioni.

Il Nuovo Meyer come portatore di valori comunicati con "fantastica creatività". Così la Fondazione Meyer ha pensato a una comunicazione di qualità che si esprime con la multimedialità, sviluppandosi con l'impiego della tecnologia telematica offerta da Internet e Intranet, con le immagini video capaci di suscitare suggestioni coinvolgenti, con le emozioni delle parole, del colore, delle forme e del segno grafico. Una comunicazione che fa della semplicità una proposta innovativa.

### **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

### **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:

- Il calendario 2004 di "Famiglia Cristiana" con il mese di marzo, testimonial Carlo Conti, dedicato alla Fondazione Meyer.
- La 26a 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 "Aggiungi un posto a tavola", del gruppo spettacolo San Mauro a Signa
- Lo spettacolo "Pio de' Tolomei della compagnia Teatrale "il Burlettone" al Teatro Politeama di Prato
- Empolissima 2004, 120 banchi ed una vendita di tazze "griffate" Meyer organizzata dalla ANVA Confesercenti di Empoli
- La partita di calcio "Scrittori in gioco per la solidarietà", presso lo stadio Comunale di Fucecchio in collaborazione con la Fondazione Montanelli Bassi e l'Associazione Fiera del libro toscano
- Iniziativa agenti pratesi "Rappresentando 04", Castello dell'Imperatore, Prato
- Convegno "Il prodigio della Nascita: medici e biblisti a confronto". Palazzo Vecchio e Aula Maritano della scuola Carabinieri, Firenze. In collaborazione con BIBLIA, associazione laica di cultura biblica.
- Partecipazione alla 68° Mostra Internazionale dell'Artigianato con stand sul Nuovo Meyer e lavori dei bambini della ludoteca.
- Le iniziative del "Progetto Mauro Salvischiani", Prato
- L'iniziativa della Misericordia del Galluzzo con una cena di raccolta fondi alla Festa del Volontariato
- Lo spettacolo "I barrocchini di via dell'Ariento", della compagnia teatrale "I' Circolo", Firenze
- Lo spettacolo "Fantasio Dance", della scuola di danza Salvetti - Teatro della Pergola
- La giornata in bicicletta organizzata dal CRAL Quadrifoglio Firenze
- La cena di beneficenza "Scandicci alto a tavola"

- La sfilata a Pitti Immagine Bimbo "Dottori a Colori", in collaborazione con ABIO, AIL DASH missione bontà e Mirtillo
- La partecipazione a LUGLIO BAMBINO, Campi Bisenzio
- La sfilata di moda "la fermata della moda", presso la stazione di Porta al Serraglio, Prato
- Il concerto di Samuele Bersani alla festa de l'Unità di Firenze
- Il torneo di calcio per esordienti "Io aiuto il Meyer" 1° memorial M. Cristina Freddi, DLF Firenze
- Il pranzo a 5 stelle offerto agli operatori del Meyer dalla Starwood Hotels in Firenze
- La "partita delle signore" presso il campo sportivo Chiavacci, Prato
- La presentazione alla stampa della rivista "Gola Gioconda" Aida edizioni Firenze dedicata al tema "bambini a tavola".
- La 18° edizione di Rionalissima, mercato ambulante al Campo di Marte/Stadio, con raccolta fondi.
- La 4° edizione della "Festa mondiale dei macellai" a Panzano in Chianti, ideata e organizzata da Dario Cecchini
- L'iniziativa dell'Associazione "Vivere il Rosi", Campi Bisenzio
- L'organizzazione del concerto di Giampaolo Muntoni, presso il Piccolo del Teatro Comunale di Firenze.
- La serata di gala di Impresa Donna CNA Toscana, Palazzo Borghese Firenze
- La giornata "un mondo ideale" dell'associazione Il Mondo dei Bambini, presso l'Auditorium San Romano a Lucca
- L'asta Internazionale del tartufo di Toscana, Castello di Cafaggiolo
- La partecipazione alla Settimana della Cultura di Assindustria Firenze
- La serata di gala dell'Associazione Via Tornabuoni, presso la discoteca Yab Yum
- L'iniziativa di Confcommercio: "C'era una volta il Natale", con Alessandro Greco, Beatrice Bocci e Roberto Farnesi.
- Le consuete visite natalizie all'Ospedale effettuate da Associazioni, Enti Istituzioni e personaggi pubblici.

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, spillette 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 2 – 9 euro**, la **più alta** quella di **ENEL CUORE ONLUS** di **676.000 euro** (quota parte 2004 del contributo per la realizzazione della Casa dei Bambini)

Si conferma la tendenza che vede diminuire le donazioni anonime mentre al contrario crescono vertiginosamente quelle 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 2004 più di 300 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 5 coppie (Vittorio e Anna, Luca e Laura, Riccardo e Eleonora, Elisabetta e Stefano, Massimo e Ilaria) 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 2004, 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 (576) 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 210.000 euro raccolti dalle imprese e dai 25.000 raccolti da privati

Tra le varie donazioni frutto anche di accordi di marketing sociale si ricordano invece, tra le altre, quelle: di **Banca Toscana** (100.000 euro) per contribuire a sostenere il servizio di clownterapia nel 2005 e acquistare un sistema di videocapsula per il reparto di gastroenterologia; di **La Fabbrica del Sorriso** (100.000 euro) per il verde nel Nuovo Meyer, 170.000 euro da parte di **Comitato per la Vita ONLUS** di Lucca, 40.244 euro da parte della **Fiorentina calcio** come suo contributo per l'anno 2004, **Mukki - Centrale del Latte di Firenze** (80.000,00) che rimane il major sponsor del Meyer

E' simpatico anche ricordare l'affetto che alcuni privati ci dimostrano attraverso donazioni continuative come la **sig.ra Renata** che da 2 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.

## 6. Conclusioni ed indicazioni

Anche nel 2004 si registra un **nuovo successo** del fundraising del Meyer: il totale raccolto ha raggiunto il nuovo massimo storico di **2.828.227 euro**.

Questo risultato consolida quello dell'anno precedente; la crescita rilevante dei singoli donatori, aumentati del 33% (un tasso che è in linea con la 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 2004 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 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.

La Fondazione Meyer, che chiude il 2004 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, sarà rilevante l'apporto della Fondazione per le strategie di comunicazione e "promozione" del Nuovo Meyer di Villa Ognissanti.

L'obiettivo fondamentale che il Meyer si pone per il 2005, 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, **in vigore dal 17 marzo 2005**, sulla **nuova 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**.

La nuova regolamentazione sulla deducibilità fiscale delle erogazioni liberali alle Onlus è stata ottenuta anche grazie all'appello di VITA con la campagna **+ dai - versi, alla quale la Fondazione Meyer ha pubblicamente aderito**. La decisione assunta l'11 marzo scorso dal Governo all'interno del decreto sulla competitività può cambiare il ruolo del settore non profit in Italia, allineandone il peso economico e sociale a quello degli altri Paesi occidentali. È proprio questo tipo di legislazione che nel resto d'Europa e negli altri Paesi sviluppati ha consentito lo sviluppo di un grande settore economico denominato "privato sociale", basato sulla convergenza di interessi tra impresa e terzo settore.

Nell'ottica dello sviluppo, la Fondazione realizzerà una **specificità attività di formazione** e di **specializzazione** della struttura della Fondazione, in termini di competenze ed anche come "percorso di qualità". Continuerà il processo intrapreso di certificazione ISO 9001 come strumento per razionalizzare e mettere "su carta" l'esperienza pionieristica nel panorama nazionale.

Al fine di **verificare la riconoscibilità del "marchio" Meyer**, sarà realizzata una specifica ricerca di marketing 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 ci si orienterà, entro il 2005, 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.

Si valuterà la realizzazione in tempi brevi di 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 parteciperà 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' nella sua fase iniziale un importante percorso di lavoro e di relazione con il mondo delle imprese. Si propone un progetto denominato "**Club Impresa amica del Meyer**" che 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 instaurare 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 spedalizzato 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.