



MAIN SPONSOR **accenture** **IGPDecaux**
comunicazione esterna

TOP SPONSOR **INTESA** **SANPAOLO** > bluenext <

PARTNER **Oltre** **SEEDS & CHIPS** **ASSOSOFTWARE** | PATROCINI **fondazione cariplo** **FONDAZIONE IBM ITALIA**

SUPPORTER **Archivist** **innovairre** **immodelfest** | MEDIA PARTNER **MEIASSET TCOM24** **media change** **Web Marketing Festival**

◦ Oltre 600 persone al Palasanpa per la prima edizione del D4NP ◦

In una giornata ricca di interventi, che ha rappresentato un'occasione unica per fare il punto sullo stato dell'arte del digitale in Italia, è stata presentata anche una ricerca, a cura di Search On Media Group, che ha analizzato il rapporto delle non profit con il mondo social.

Si è conclusa di fronte a **oltre 600 partecipanti** la prima edizione di **D4NP – Digital For Non Profit**, il primo evento italiano in cui si è fatto il punto sullo stato digitale del non profit. Una giornata, ideata da **Search On Media Group** e realizzata in collaborazione con la **Comunità San Patrignano** grazie al supporto di **Accenture** e **IGPDecaux**, che ha rappresentato una reale occasione per fare networking, condividere conoscenze e comprendere come le realtà che operano con e nel Terzo Settore possano sfruttare al meglio le potenzialità del digitale.

Ad aprire l'evento e dare il benvenuto ai partecipanti sono stati **Cosmano Lombardo**, Founder & CEO Search On Media Group e Ideatore D4NP, e **Antonio Tinelli**, Presidente Comunità San Patrignano, con un video introduttivo per raccontare la storia della collaborazione tra le due realtà. Lombardo, poi, dal palco del Palasanpa ha tracciato una **panoramica digitale del settore non profit** presentando, in esclusiva, **alcuni dati di una ricerca condotta da Search On Media Group** che ha preso in considerazione i primi 500 enti beneficiari del 5x1000 analizzandone il loro rapporto con il mondo social. Dallo studio, spiega Lombardo dal palco, è emerso che **il 77% di queste organizzazioni ha un account social** e, tra loro, **il 62% ha un sito che si adatta alla visualizzazione da mobile**. Parlando di **accessibilità**, inoltre, **l'80% di queste organizzazioni rispetta gli standard richiesti**.

“Oggi abbiamo visto quanto questo momento storico sia particolarmente positivo per l'innovazione del terzo settore: dalle implicazioni digitali della recente riforma ai dati ottimisti rispetto al modo delle organizzazioni di vivere la comunicazione online, passando dal rapporto con le aziende sempre più orientato alla cooperazione per il benessere comune e alla creazione di nuovi progetti imprenditoriali ad alto impatto sociale. Sicuramente c'è ancora molto da fare per andare oltre la digitalizzazione dei processi esistenti e spostarsi verso modalità di utilizzo del digitale che portino ad una concreta trasformazione, ma siamo davvero felici che questa giornata abbia costituito un punto di partenza verso tale percorso. Il D4NP è il risultato di una visione che ha la creazione di valore sociale come fine ultimo. Speriamo che l'evento possa essere un punto di inizio per facilitare il confronto e la creazione di sinergie tra tutti gli stakeholders coinvolti e per accelerare i processi di innovazione sociale del nostro Paese. Grazie davvero a tutti i partecipanti, alla Comunità di San Patrignano e agli sponsor”, ha commentato il **CEO di Search On Media Group Cosmano Lombardo**.

La cronaca dei lavori

Dopo l'apertura di Lombardo e Tinelli, la giornalista e conduttrice dell'evento **Elisabetta Soglio** ha dato la parola al Viceministro dello Sviluppo Economico **Teresa Bellanova**. *“Il Ministero ha un regime di aiuto per le organizzazioni sul territorio nazionale con l'obiettivo di aiutare un mercato in cui è possibile non solo creare profitti, ma anche sospingere lo sviluppo culturale del paese: è necessario sviluppare un capitale umano che, affianco al capitale organizzativo*

UN'INIZIATIVA DI:

www.d4np.com
press@d4np.com / Tel: 051-0951294



Search On
MEDIA GROUP



SanPatrignano

e relazionale delle imprese, può sostenere un'economia della conoscenza, che non conosce crisi", ha affermato Bellanova.

È stata poi la volta di **Bonfiglio Mariotti**, Presidente AssoSoftware, e di **Fabio Benasso**, **Presidente** e Amministratore Delegato di Accenture Italia che ha analizzato il rapporto tra sociale e digitale. *"L'efficacia dell'adozione delle tecnologie dipende tuttavia dalla capacità di cogliere tale opportunità da parte di tutto l'ecosistema – profit, non profit e pubblica amministrazione, venture capital, incubatori, acceleratori, startup e università – collaborando in continuo scambio di esperienze e competenze in un'ottica di convergenza. Accenture, che da 60 anni è presente in Italia e guida la trasformazione digitale delle principali imprese del nostro Paese, si pone in questo contesto con un approccio innovativo - la Social Innovation Architecture - che mette a disposizione dell'ecosistema per inventare, prototipare e scalare progetti di innovazione sociale sostenibili, basata sullo stesso modello che offriamo ai nostri clienti per i loro percorsi trasformativi"*.

Enrico Cereda, Presidente e AD IBM Italia, e **Lucia Silva**, Group Head of Sustainability and Social Responsibility di Generali Spa, hanno poi parlato di innovazione e responsabilità sociale. *"L'innovazione è una leva fondamentale per creare valore sostenibile che duri nel tempo per tutti gli stakeholder ed è un'opportunità per Generali di guidare il cambiamento come leader in ambito assicurativo"*, ha commentato Silva. *"Cross Media Strategy for ONP"*, invece, è stato il titolo dell'intervento di **Fabrizio Du Chène de Vère**, AD IPG Decaux, nel quale grazie ad alcuni case studies presentati ha illustrato come la cross medialità sia una strategia forte e performante anche per le attività non profit.

Durante la mattinata l'intervento di **Marco Quadrella**, COO Area Consulting Search On Media Group, ha approfondito alcuni numeri della ricerca presentata in apertura da Lombardo, entrando più nel dettaglio rispetto alle strategie digitali attuate dalle ONP. In particolare, su primi 500 enti beneficiari del 5x1000 analizzati, nel 98,4% dei casi tali realtà dispongono di un sito web. **Facebook è risultato il social più usato in assoluto (74,8%)** dalle non profit seguito a lunga distanza da Twitter (56,4%) e Instagram (21,8%) degli enti. Soffermandosi poi sui primi 50 enti, emerge come il 62% di essi permetta l'iscrizione alla newsletter dalla homepage. *"Come confermano i dati e la nostra esperienza sul campo, oggi il tema non è l'apertura dei canali online ma piuttosto come l'online possa aiutare a velocizzare e stimolare il processo di cambiamento, facendo diventare l'utilizzo di nuovi mezzi e piattaforme un'occasione di digitalizzazione e modernizzazione degli enti. Se fino a ora il fundraising è stato il principale motore dell'innovazione digitale, adesso anche l'azione verso i beneficiari, i volontari e la società deve passare in maniera strutturata attraverso i canali digitali"*, ha commentato ancora Quadrella di Search On Media Group.

Con l'intervento di **Guido Marangoni** è stato presentato il progetto "Buone notizie secondo Anna": *"Quando qualcuno ci dice "tu sei unico" ci sentiamo lusingati; quando ci dicono "sei diverso" ci sentiamo triste, ma in fondo è la stessa identica cosa. Vi invito a dare la giusta misura, soprattutto attraverso il digitale, alla parola diversità"*, ha spiegato Marangoni, facendo riferimento alla propria esperienza personale. A seguire **Mara Moioli**, Co-Founder di Italia Non-Profit, che ha commentato la Riforma del Terzo Settore: *"Innanzitutto il registro unico permette di semplificare un database con informazioni preziose e a disposizione di tutti. L'altro aspetto rilevante è l'introduzione di linee guida per misurare l'impatto sociale delle onp. Rappresenta sicuramente un punto di partenza per una crescita dell'intero settore"*. La giornata è proseguita con gli interventi di **Marco Camisani Calzolari**, Founder di Firmiamo.it, e **Paolo Iabichino**, COO di Ogilvy & Mather che hanno regalato ai 600 presenti al Palasampa due interventi di assoluto livello.

UN'INIZIATIVA DI:

“Io mi interesso di Corporate Social Responsibility e il messaggio che vorrei dare è uno solo: il digital pervade l’intera catena di valore di una ONP e quindi riguarda tutta la comunicazione integrata di un’organizzazione”, ha esordito **Mario Molteni**, Direttore scientifico CSR Manager Network. Due le tavole rotonde che hanno animato la giornata: “Digital Onlus” con **Maurizia Iachino**, Presidente Oxfam, **Serena Porcari**, CEO Dynamo Camp, **Stefano Granata**, Presidente Gruppo Cooperativo CGM ed **Enrica Zamparini**, Responsabile Fundraising e Comunicazione della Comunità; e “Social Innovation” con **Marco Gualtieri**, Presidente Seed&Chips, **Roberta Cocco**, Assessore Trasformazione Digitale al Comune di Milano, e **Maximo Ibarra**, ex AD Wind. I due dibattiti sono stati intervallati dal Keynote di **Matteo Casagrande**, Head of International Business Development Intesa Sanpaolo, che ha lanciato la piattaforma For Funding, con l’obiettivo di raccogliere fondi per le campagne non profit e costruire un soggetto di riferimento nel donation crowdfunding in Italia.

Infine, spazio all’innovazione con l’intervento di **Luciano Balbo**, Fondatore e Presidente Oltre Venture, e con la **Social Startup Competition** a cura del **Web Marketing Festival** che ha visto trionfare l’app **Mygrants**, piattaforma online più diffusa per i rifugiati e i richiedenti asilo in Italia nata dalla volontà di trasformare il fenomeno migratorio in un’opportunità sia per gli immigrati che per le comunità ospitanti. **Giorgio Taverniti**, Founder e COO Area Network Search On Media Group, ha chiuso la giornata con un intervento dal titolo “Visibilità online per le ONP”. *“In un momento in cui l’autorevolezza e la veridicità delle fonti online acquisisce sempre maggiore significato, gli enti del terzo settore tramite un corretto posizionamento dei loro contenuti possono contribuire a sensibilizzare in maniera giusta la società su temi sensibili portando l’impatto sociale in ambiti impensabili fino a 10 anni fa”*, ha commentato Taverniti.

Successivamente Cosmano Lombardo e Antonio Tinelli hanno ricordato come la collaborazione tra le rispettive realtà proseguirà all’insegna del digitale e del non profit. *“Il digitale è per noi strumento di innovazione sia per comunicare e fare raccolta fondi, ma ancor più per fare recupero, prevenzione e formazione professionale”*, dichiara Antonio Tinelli, Presidente di San Patrignano.

Infine, la chiusura della giornata è stata affidata a Cosmano Lombardo che ha fatto vedere ai 600 partecipanti in sala la **video intervista** girata all’interno della Comunità insieme ai ragazzi che ha messo in luce il loro rapporto con la tecnologia. *“Oggi abbiamo capito che cosa il digitale può fare per il non profit e anche cosa le aziende e le istituzioni possono fare per accelerare il processo di digitalizzazione, impattando positivamente sulla società. Ma ricordiamoci che una volta usciti da qui, siamo noi, le persone, a dettare le linee degli sviluppi della tecnologia: dobbiamo fare un **uso responsabile e sostenibile della tecnologia e del digitale**”*, ha concluso il CEO di Search On Media Group.

UN’INIZIATIVA DI:

