

Un'idea brillante dell'imprenditore bresciano Antonio Panigalli

Wyg Wyg, beneficenza con la pubblicità

di Ferdinando Magnino

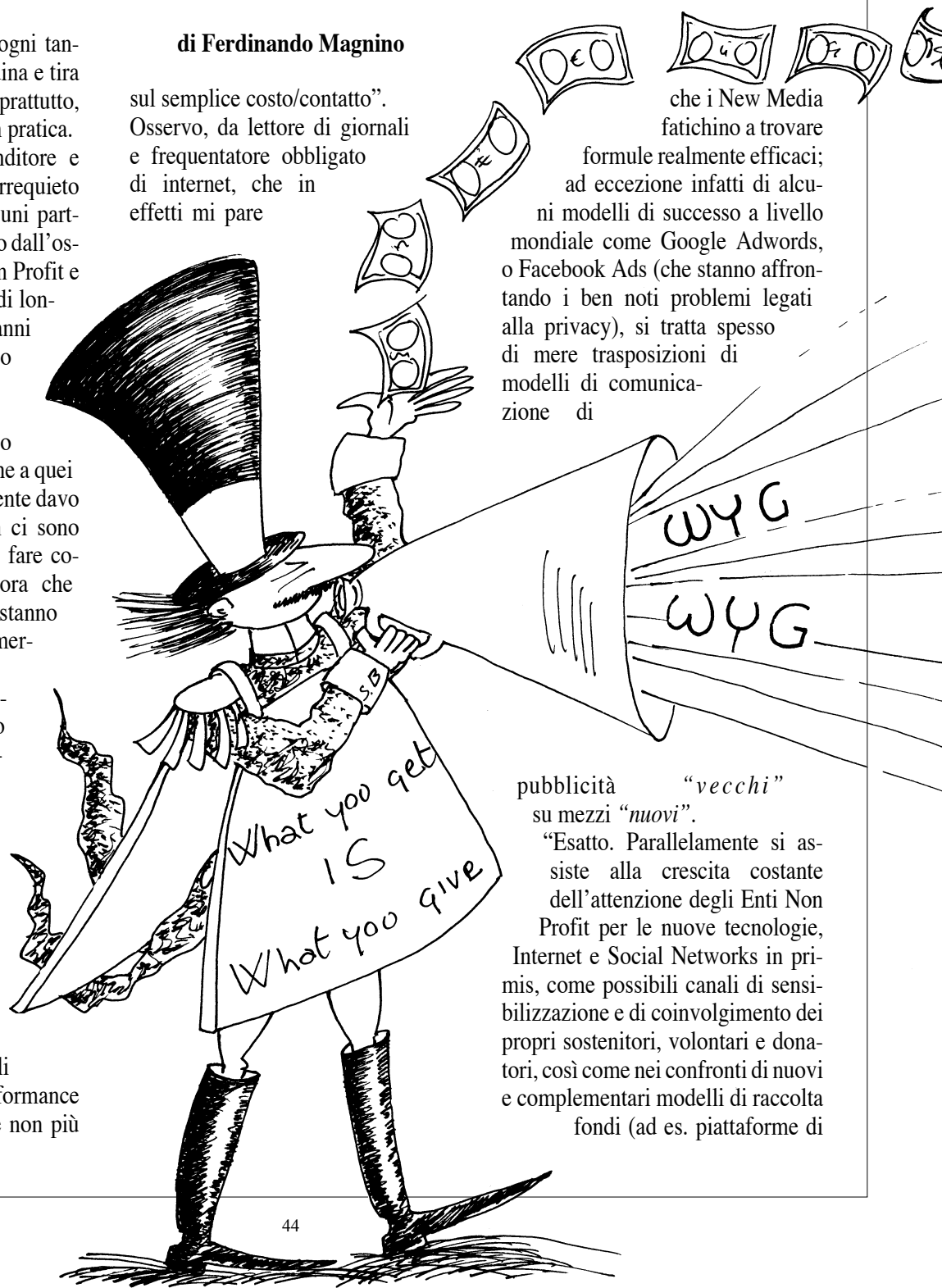
sul semplice costo/contatto". Osservo, da lettore di giornali e frequentatore obbligato di internet, che in effetti mi pare

che i New Media fatichino a trovare formule realmente efficaci; ad eccezione infatti di alcuni modelli di successo a livello mondiale come Google Adwords, o Facebook Ads (che stanno affrontando i ben noti problemi legati alla privacy), si tratta spesso di mere trasposizioni di modelli di comunicazione di

Per fortuna a qualcuno ogni tanto si accende la lampadina e tira fuori un'idea Smart. Ma, soprattutto, ha il coraggio di metterla in pratica. Antonio Panigalli, imprenditore e business angel bresciano irrequieto e sensibile, insieme ad alcuni partner e professionisti, è partito dall'osservazione della realtà: Non Profit e Advertising sono due mondi lontani che però negli ultimi anni una cosa in comune l'hanno avuta: la crisi.

Se non ho soldi per mandare avanti l'azienda faccio ovviamente attenzione anche a quei pochi spiccioli che solitamente davo in beneficenza. E poi non ci sono modelli innovativi con cui fare comunicazione, soprattutto ora che i nuovi media digitali si stanno davvero imponendo nel mercato della pubblicità.

Mi spiega: "la crisi che accomuna Pubblicità e Terzo Settore è anche, e forse soprattutto, una crisi di modelli e di idee. Si assiste ad un sempre più consistente spostamento dei budget sui nuovi strumenti digitali, i cosiddetti "New Media", che, consentono una modalità di spesa/ritorno più efficiente con lo sviluppo e l'affermazione di modelli di prezzo basati sulle performance ("pago per il risultato") e non più



pubblicità "vecchi" su mezzi "nuovi".

"Esatto. Parallelamente si assiste alla crescita costante dell'attenzione degli Enti Non Profit per le nuove tecnologie, Internet e Social Networks in primis, come possibili canali di sensibilizzazione e di coinvolgimento dei propri sostenitori, volontari e donatori, così come nei confronti di nuovi e complementari modelli di raccolta fondi (ad es. piattaforme di

Crowdfunding). Tutti i canali, sia tradizionali che “innovativi”, di fundraising fino ad oggi disponibili agli Enti Non Profit si fondano però sulla necessità di una donazione/erogazione da parte del sostenitore, privato o pubblico (Fondazioni, Enti, aziende private, settore corporate). Nel caso di questi ultimi si è assistito negli ultimi anni ad un drastico calo delle erogazioni, dovuto principalmente alla mancanza di risorse devolvibili a causa della persistente congiuntura negativa. Tale trend negativo è stato solo parzialmente com-

cepita dai donatori, la poca comprensione dell’affidabilità e dell’efficienza gestionale degli Enti; chi dona vorrebbe poter monitorare l’andamento delle donazioni, l’efficacia dei risultati ottenuti ed essere aggiornato sullo sviluppo dei progetti solidali finanziati. E così, dall’analisi delle problematiche e delle esigenze irrisolte del

App, Social Networks) e multidevice (pc, smart-phone, tablet) che, con il motivato coinvolgimento della community di utenti, sviluppa virtuosi e virali processi di ricerca di capitali in rete, donazioni diffuse e distribuzioni filantropiche (in inglese, lingua ufficiale della rete, in effetti, mi sembrano meglio espresse: Net-Funding, Crowd Giving e Philanthropy Distribution).

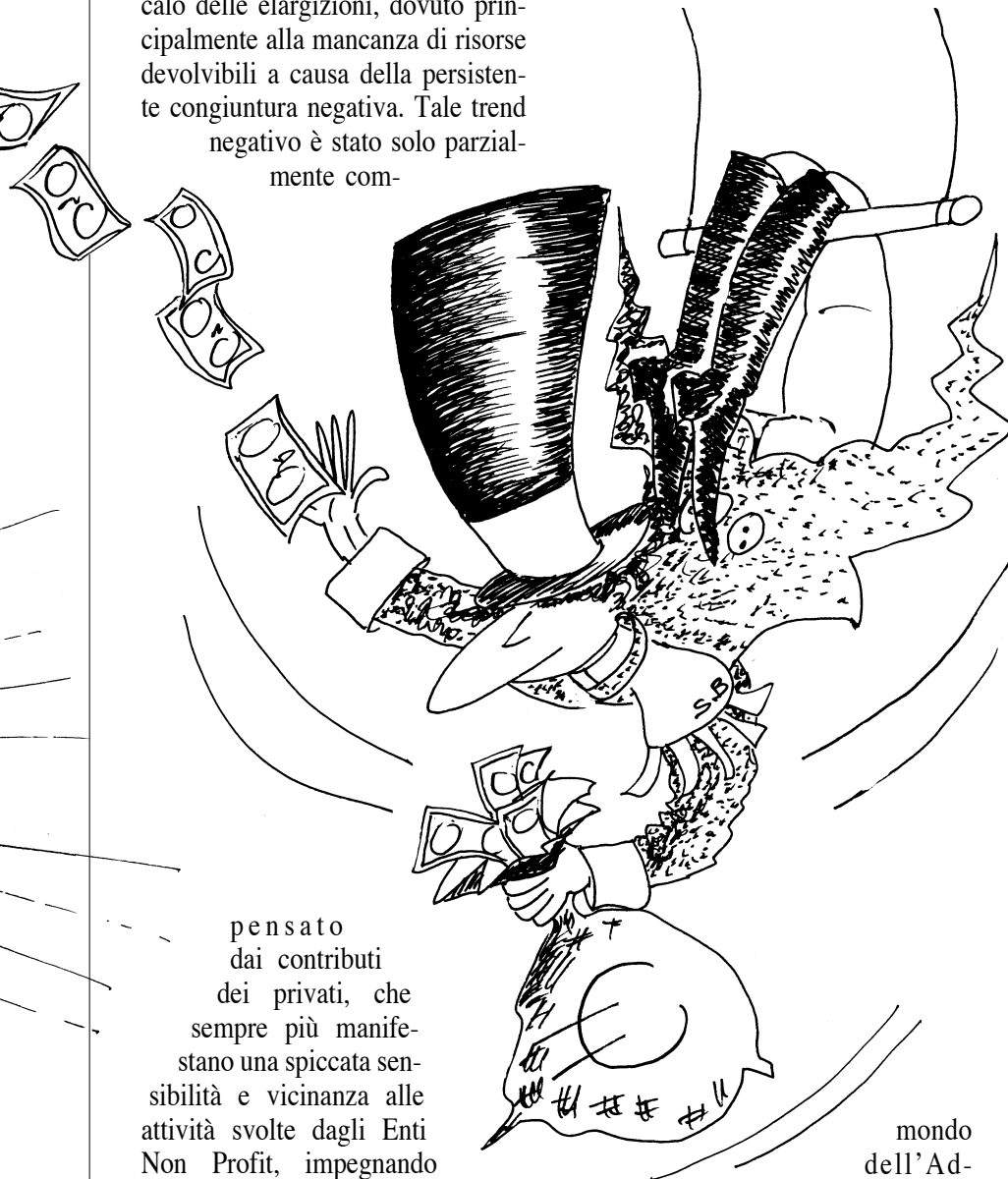
WYG WYG offre una nuova e concreta risposta alle esigenze di raccolta di denaro del Terzo Settore, nonché agli obiettivi di comunicazione profilata di chi investe in comunicazione, sfruttando anche alcuni importanti direttrici quali l’enorme diffusione della connessione ad Internet unitamente alla esponenziale crescita di smart phones e tablets, il crescente utilizzo dei Social Networks e delle Apps, il costante incremento della fruizione di video online.

Ma come funziona questa rivoluzionaria piattaforma che svilupperà virtuose sinergie tra Enti Non Profit ed Advertisers (coloro che spendono in pubblicità) per il tramite della community di utenti registrati, consentendo a questi ultimi di sostenere concretamente progetti solidali senza mettere mano al proprio portafoglio?

“È semplice: gli utenti si registrano su WYG WYG e si profilano spontaneamente secondo parametri sociodemografici, dichiarando i propri interessi personali e quelli di carattere filantropico. Interagiscono (guardando video, rispondendo a sondaggi, condividendo sui propri Social Networks...) con contenuti di Pubblicità in linea con i propri interessi dichiarati e, per ogni singola azione, ricevono, nel proprio “borsellino solidale”, una percentuale (variabile fino ad oltre il 90%) di quanto investito dagli Advertisers. In qualsiasi momento gli utenti di

pensato dai contributi dei privati, che sempre più manifestano una spiccata sensibilità e vicinanza alle attività svolte dagli Enti Non Profit, impegnando oltre al proprio denaro, con le crescenti difficoltà dovute alla riduzione delle risorse disponibili, anche il proprio tempo e il proprio lavoro in attività di volontariato”. Nel caso del Terzo Settore c’è poi il tema della scarsa trasparenza per-

mondo dell’Advertising e del Terzo Settore, Panigalli & Co alla fine del 2012, mettono in pista il progetto WYG WYG (*What You Get Is What You Give*). WYG WYG risulta essere il rivoluzionario motore multicanale (Web,



WYG WYG possono quindi donare quanto ricevuto nel loro “borsellino solidale” a favore di progetti di loro interesse promossi dagli Enti Non Profit registrati sulla piattaforma. Possono inoltre promuovere “borsellini condivisi”, tramite i quali aggregare le risorse di più utenti in favore di uno specifico progetto non profit, nonché vere e proprie iniziative non profit affinché queste vengano “adottate” da un ente registrato ed accreditato sulla piattaforma”.

L’Ente Non Profit riceve le risorse economiche devolute dagli utenti unicamente per la realizzazione di uno specifico progetto presentato e descritto dall’Ente stesso che poi rendiconta in maniera trasparente ed efficace, mediante gli strumenti messi a disposizione dalla piattaforma, l’uso delle risorse ricevute. WYG WYG promuove l’impegno e l’affidabilità degli Enti così come la tracciabilità della loro attività attraverso un meccanismo di “scoring” che combina parametri oggettivi, sentiment degli utenti e risultati ottenuti, premiando gli Enti virtuosi con una visibilità preferenziale e con una maggior percentuale devolvibile a loro favore.

Dal canto loro gli Advertisers possono predeterminare in maniera puntuale gli utenti target che riceveranno i loro contenuti promozionali, massimizzando l’efficacia del loro investimento iscrivendo una percentuale significativa di tale investimento nel proprio Bilancio Sociale per valorizzarlo nelle specifiche logiche di Corporate Social Responsibility.

Il “borsellino elettronico” non ha altro scopo e non può essere utilizzato se non per effettuare donazioni agli Enti non profit profilati nella piattaforma WYG WYG.

Vantaggi per tutti, ribadisce Pagnalli: “Gli Enti Non Profit, che necessitano di elevata visibilità e di innovative modalità di raccolta fondi, possono beneficiare di un

efficace, parallelo canale gratuito di fundraising attraverso il quale ottengono risorse che altrimenti non riceverebbero. Gli Advertisers, sempre più sensibili alla Corporate Social Responsibility e orientati a modelli di pricing basati sulle performance che valorizzano l’interazione da parte dell’utente target con i propri messaggi, hanno a disposizione un rivoluzionario format digitale di comunicazione: si tratta di pubblicità “Pull”, e non “Push”, dal momento che l’utente target, spontaneamente profilato, richiede la visualizzazione dei contenuti di proprio interesse. La comunicazione ADV viene dunque richiesta per il suo virtuoso “contenuto” e non più subita come una sorta di “interruzione”: ciò favorisce la valorizzazione del brand che viene associato a valori eticamente e socialmente positivi. I donatori, alla costante ricerca di trasparenza, affidabilità, efficienza gestionale e possibilità di monitorare l’andamento delle donazioni, possono, per la prima volta, effettuare donazioni senza impegnare le proprie risorse economiche, scegliendo liberamente il progetto non profit beneficiario”.

“*Mettiti in gioco, fai l’azione giusta!*” è la bandiera del progetto WYG WYG che ne sintetizza bene la filosofia di base: tutti i soggetti coinvolti, Enti Non Profit, Advertisers e Utenti, hanno l’opportunità di “gettare il cuore oltre l’ostacolo” per dar vita ad una rivoluzione, economica e culturale, che potrà positivamente e rapidamente stravolgere il mondo della comunicazione e l’intero Terzo Settore.

Chi ha manifestato interesse per questo progetto? Gli strappo un sorriso di soddisfazione e mi sfodera una slide da cui copio (in rigoroso ordine alfabetico: www.agire.it (raggruppa: ACTIONAID, AMREF, CESVI, COOPI, GVC Italia, InterSOS, OXFAM, SOS villaggi dei bambini, Terres des Hommes,

VIS Volontariato Internazionale per lo Sviluppo) / www.bonheur.ch (praticamente le prime 25 NPOs sul territorio Elvetico) / www.actionaid.it / www.ageop.org / www.aipdisa.org / www.alberodellavita.org / www.ancos.it / www.ant.it / www.bancoalimentare.it / www.capramagra.org / www.cesvi.org / www.cipsi.it (raggruppa altri enti) / www.comitatomarialetiziaverga.it / www.congrega.it / www.coopcomin.org / www.cl.brugherio.cri.it / www.enpa.it / www.fondazioneambrosoli.it / www.fondazioneetica.it / www.poliambulanza.it / www.fibrosicistocaricerca.it / www.sanvincenzoitalia.it / www.sosvillagideibambini.it / www.terresdeshommes.it / www.unicef.it / www.vides.org.

“Da una elaborazione interna, svolta con il supporto e l’intervista di alcuni esponenti delle NPOs aderenti, si è evidenziato un potenziale bacino di utenza primario (solo degli enti ad oggi coinvolti ed escludendo la possibile sovrapposizione di registrazioni a più enti non profit) che vede nel complesso di questi enti circa 300 mila fra dipendenti e volontari, oltre 6 milioni di sostenitori e circa 2 milioni fan su Facebook. Oltre agli importanti numeri espressi direttamente dalle NPOs, il bacino primario di WYG WYG potrà contare sui circa 20.000.000 di Italiani (oltre il 54,4% nel 2012) che essendo digitalmente acculturizzati, hanno effettuato attività filantropica di donazione utilizzando proprie risorse economiche.

Anche i circa ulteriori 20.000.000 di italiani che possono disporre di internet e dei device mobili, ma che non hanno effettuato attività di filantropia e donazione potranno, proprio per le peculiari caratteristiche della piattaforma WYG WYG aderire ed utilizzare nuovo format”.

Come si dice... giù il cappello!

Ferdinando Magnino
Dottore Commercialista