

SOCIAL INNOVATION ([HTTP://NOVA.ILSOLE24ORE.COM/SUBCATEGORY/SOCIAL-INNOVATION/](http://nova.ilsole24ore.com/subcategory/social-innovation/))

Innovazione sociale a basso tasso digitale

06/07/2017

di **Alessia Maccaferri** (<http://nova.ilsole24ore.com/profilo/174>)

Poche ma buone. Le più conosciute organizzazioni non profit italiane hanno un buon livello di digitalizzazione, sono presenti sui social e usano il web per la raccolta fondi. E, non a caso, sono le 30 onp a cui gli italiani preferiscono devolvere il 5 per mille. Tutte quante hanno un sito internet, una pagina Facebook e un account Twitter. «Avere un presidio digitale è la base. Essere online è una regola per esistere e relazionarsi – spiega Valeria Vitali, fondatrice di Rete del Dono – Ma poi esserci non basta. Bisogna sapere cosa fare». La maggior parte delle onp ha una versione mobile, il 97% un canale YouTube e, rispetto all'anno scorso, quelle con account Instagram sono passate dal 33% al 67%, secondo l'analisi desk condotta all'interno dell'indagine Donare 3.0, di Duepuntozero Doxa in collaborazione con Rete del Dono e Paypal su 30 onlus, da Croce Rossa Italia a Save the Children, da Medici Senza Frontiere alla Comunità di Sant'Egidio.

Dall'indagine condotta quest'anno tramite interviste a campione (rappresentativo dei 20 milioni di internauti italiani, tra i 18 e i 64 anni) è emersa l'importanza della rete nei meccanismi di creazione della relazione e della fiducia. La maggioranza dei donatori sceglie un'associazione attraverso passaparola, banchetti e tv. Solo il 18 e il 16% attraverso il web e i social. E per donare? Il 49% usa ancora il pagamento in contanti, seguito dall'sms solidale (24%), il bollettino (16%), donazioni online (15%, con Paypal, carte di credito o prepagate), il bonifico (13%, in calo costante negli ultimi anni), carta di credito via telefono (9%). Ma alla domanda su quale sia la modalità preferita per donare ben il 63% sceglie l'online su internet. «Di certo in questi meccanismi predominano l'abitudine e la pigrizia – spiega Vitali – A cui va aggiunto che un 41% afferma che l'organizzazione prescelta non prevede donazioni online e che un 40% non si fida del pagamento online, fattore tipico dell'Italia in generale sul tema del digital divide». Eppure per le non profit il web è fonte anche di occasioni nuove: il 15% dei donatori ha partecipato a un crowdfunding, ovvero una raccolta fondi online a sostegno di progetti specifici, gestita da piattaforma come Rete del Dono, che nel 2016 ha raccolto oltre 1,1 milioni di euro e ha visto le transazioni da mobile passare dal 12% al 32% in tre anni.

Ma il mondo del terzo settore, composto di tante piccole associazioni di volontariato, è ancora poco presente sul web e quando c'è non è del tutto consapevole delle sue potenzialità. Più evoluto invece il mondo delle startup innovative a vocazione sociale che nascono già con una forte impronta digitale. Come, del resto, le piattaforme di sharing economy che mettono in relazione le persone e fanno del digitale la leva per abilitare condivisione e collaborazione. Questa diversa attitudine è frutto non solo della visione sottostante ma di una generazione – quella dei Millennials – nati appieno nella maturità del mondo digitale. Proprio nella sharing è evidente la forza propulsiva dell'algorithm che connette i pari, le persone. Se questo è plateale nell'impatto economico dei grandi monopolisti alla Uber, non va sottovalutato l'impatto sociale di tutte quelle piattaforme di mobilità sostenibile, come il car sharing e il car pooling, le piattaforme di scambio di competenze, le piattaforme che facilitano i rapporti di vicinato e ancora le piattaforme che abilitano servizi.

In ambito pubblico sono invece le smart cities a raccogliere la sfida dell'innovazione sociale, in primis il dialogo tra istituzioni e cittadini. «I social hanno permesso alle persone di aprire una finestra sul mondo e le comunità veicolano così le proprie idee – spiega Domenico Laforenza, direttore dell'Istituto di Informatica e Telematica del Cnr – Questo è un canale importante sia per le amministrazioni locali sia per i cittadini. Ora si tratta di capire come gestire la comunicazione in modo solido, efficace e strutturato. Nella sovrabbondanza di informazioni è difficile discernere». Eppure nelle smart cities sono tanti gli ambiti in cui la comunicazione social e le piattaforme possono fare la differenza, dalla sicurezza all'ambiente. «Per esempio, qui a Pisa il Comune ha stimolato la città a partire dal mondo della ricerca, Cnr, università – aggiunge Laforenza – affinché nascesse una piattaforma di car pooling». Certo è che non tutte le amministrazioni fanno la loro parte, soprattutto nello stimolo all'innovazione. «Ci sono Comuni lepre e Comuni che arrancano. Non riusciamo a stare al passo con quello che l'Europa ci chiede. Ma si stanno facendo sforzi», conclude Laforenza.

Infine, una delle frontiere del digitale con un impatto sociale è la cultura. «L'opportunità della condivisione si riscontra sia con i creative commons, sia con la diffusione crescente di contenuti in forma aperta e digitale da parte delle istituzioni culturali più variegate» si legge nel rapporto 2017 IoSonoCultura elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere, che porta a esempio le università che offrono lezioni gratuite in podcast, il MoMa che lancia un corso di fotografia online, numerosi altri musei come il Rijksmuseum di Amsterdam, come il Victoria & Albert Museum di Londra e il Prado di Madrid che offrono il proprio patrimonio in versione digitale, ben sapendo che la fruizione digitale spinge verso l'esperienza analogica.

In generale il digitale viene riconosciuto come fattore che contribuirà alla crescita dell'industria creativa e culturale, includendo nuovi pubblici e nuove fasce di utenti potenziali. «Nel 2016 tutti i segmenti del Sistema Produttivo Culturale e Creativo registrano bilanci positivi, sia in termini di valore aggiunto che di occupazione – afferma la Fondazione Symbola – Il processo di culturalizzazione dell'economia italiana avanza, grazie a fenomeni pervasivi, legati alla trasformazione digitale e alla conseguente necessità di rinnovare i tradizionali meccanismi di creazione del valore». I settori sono molto diversi. Dal mondo del cinema e dell'audiovisivo che vede -proprio attraverso il digitale – mutare i canali di distribuzione e di business. Si pensi, ad esempio, al modello Netflix che ha superato i cento milioni di utenti in tutto il mondo. E ancora l'ambito letterario, dove le case editrici sperimentano le connessioni tra analogico e digitale, dove cresce il fenomeno dell'audio libro e il mondo delle app di letteratura che vengono fruite perlopiù da mobile. Infine, il già ricordato ambito dei musei italiani che vive una nuova stagione di crescita di pubblico: i visitatori l'anno scorso sono giunti a 44,5 milioni (+15% rispetto al 2013). In parte la soddisfazione del pubblico viene attribuito da Symbola all'uso dei social, al restyling dei siti, alle piattaforme online: «I dati forniti da Travel Appeal sulla reputazione on line indicano che i contenuti ufficiali pubblicati nei social sono cresciuti del 156,5%, mentre crescono del 45,5% quelli pubblicati dai visitatori».

gory/social-



(<http://nova.ilsole24ore.com/profilo/174>)

ALESSIA MACCAFERRI ([HTTP://NOVA.ILSOLE24ORE.COM/PROFILO/174](http://NOVA.ILSOLE24ORE.COM/PROFILO/174))

|

| macca1308

ia/dossier/

Giornalista a Nòva24-II Sole 24 Ore. Scrive di innovazione, soprattutto sociale. Emiliana di origine, vive a Milano. Studia e insegna yoga e meditazione, per passione

TI POTREBBE INTERESSARE ANCHE



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/innovazione-sociale-a-basso-tasso-digitale/>)

gory/scienza/) **Innovazione sociale a basso tasso digitale**
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/innovazione-sociale-a-basso-tasso-digitale/>)

🕒 14 ore fa



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/con-le-piattaforme-si-genera-valore-fiducia-e-comunita/>)

Con le piattaforme si genera valore, fiducia e comunità
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/con-le-piattaforme-si-genera-valore-fiducia-e-comunita/>)

🕒 14 ore fa

gory/tecnologia/)



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/il-futuro-del-pagamento-ruoterà-sulla-blockchain/>)

gory/creativita/)
gory/social-
ia/dossier/) **Il futuro del pagamento ruoterà sulla blockchain**
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/il-futuro-del-pagamento-ruoterà-sulla-blockchain/>)

🕒 05/07/2017



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/piante-apposta-per-pulire-le-citta/>)

Piante pensate per pulire le città
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/piante-apposta-per-pulire-le-citta/>)

🕒 02/07/2017



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/contaminati-dalla-ricerca/>)

Contaminati dalla ricerca
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/contaminati-dalla-ricerca/>)

🕒 02/07/2017



(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/aiuto-la-groenlandia-si-scioglie/>)

Aiuto! Mi si scioglie la Groenlandia
(<http://nova.ilsole24ore.com/progetti/aiuto-la-groenlandia-si-scioglie/>)

🕒 02/07/2017

(<http://www.ilsole24ore.com/>)

Scienza (<http://nova.ilsole24ore.com/subcategory/scienza/>) Tecnologia (<http://nova.ilsole24ore.com/subcategory/tecnologia/>) Creatività (<http://nova.ilsole24ore.com/subcategory/creativita/>)

Social Innovation (<http://nova.ilsole24ore.com/subcategory/social-innovation/>)

Dossier (<http://nova.ilsole24ore.com/categoria/dossier/>) Blog (<http://nova.ilsole24ore.com/blog/>)