

Focus: Terzo Settore

Grants e strumenti digitali per:

- non profit
- no profit
- imprese sociali
- ento del terzo settore

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario



Eccellenze
in Digitale



UNIONCAMERE

con il supporto di
Google.org

- Il mondo No profit
- Panoramica di Google Ad Grants
- Risorse marketing di Meta per No profit e ONG
- Altre piattaforme che offrono programmi dedicati:
 - Microsoft Ad Grants
 - LinkedIn for Nonprofit
 - Amazon for Charity
 - TikTok for Goods
 - Google workspace
 - Canva e Adobe for non profits

Materiali riservati Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Il mondo No profit

Al 31 dicembre 2020 le istituzioni non profit attive **in Italia sono 363.499** e impiegano complessivamente 870.183 dipendenti.

Tra il 2019 e il 2020 le organizzazioni no profit sono **cresciute dello 0,2%**, meno di quanto rilevato tra il 2018 e il 2019 (+0,9%), mentre l'incremento dei dipendenti si mantiene intorno all'1,0% in entrambi gli anni.

Sebbene a partire dal 2018 siano cresciute di più nel Mezzogiorno, presentano una distribuzione territoriale piuttosto concentrata: oltre il 50% è attivo al Nord, il 22,2% al Centro, il 18,2% e il 9,4% rispettivamente al Sud e nelle Isole.

Il settore dello **sport** raccoglie il 32,9% delle INP, seguono i settori delle **Attività culturali e artistiche** (15,9%), delle **Attività ricreative e di socializzazione** (14,3%), dell'**Assistenza sociale e protezione civile** (9,9%).

La forma giuridica che raccoglie la quota maggiore di istituzioni (85,2%) resta l'associazione.

Censimento permanente delle istituzioni non profit 2020 (Dati Istat)



Nel 2021, il **79,5%** delle istituzioni no profit italiane ha utilizzato almeno una tecnologia digitale.

In particolare, analizzando i settori di attività nei quali operano, si registra che il 94,6% delle istituzioni attive nel settore delle **Relazioni sindacali e rappresentanza di interessi** utilizza almeno una tecnologia digitale, seguono le istituzioni attive nel settore dell'**Istruzione e ricerca** (92,4%), nel settore della **Sanità** (91,4%), nella **Tutela dei diritti e attività politica** (89,8%).

La diffusione delle tecnologie digitali è più contenuta nelle istituzioni che svolgono attività nel settore dello **Sviluppo economico e coesione sociale** (81,5%), dell'**Ambiente** (80,8%) e delle **Attività culturali e artistiche** (80,3%).



Censimento permanente delle istituzioni non profit 2020 (Dati Istat)

Progetti implementati 2022

N° 3538

Progetti realizzati direttamente



N° 1504

Progetti realizzati attraverso partner locali

70%

30%

Numero di donatori privati (Individui)



N° 1.913.030



Numero di beneficiari diretti



N° 239.034.869



Percentuale delle organizzazioni che utilizzano adozioni/sostegni a distanza.



42%
SI



58%
NO

Raccolta fondi

Fondi raccolti da donatori istituzionali e fondi raccolti da donatori privati.



Fondi Istituzionali 60%



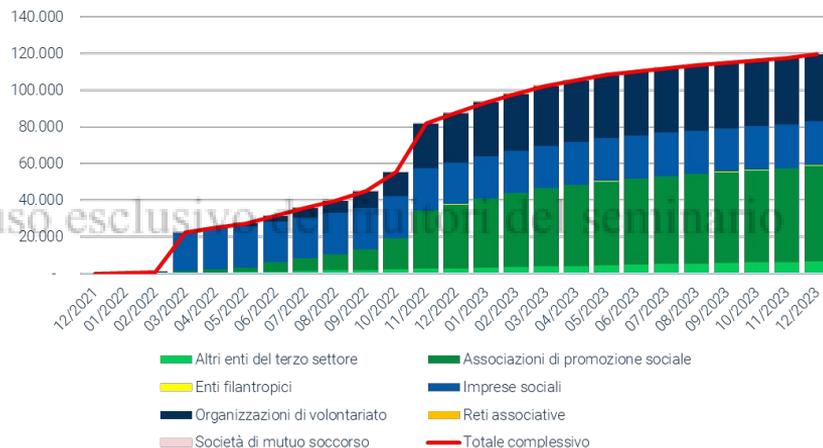
Fondi privati 40%

[Progetto Open Cooperazione \(Dati 2022\)](#)

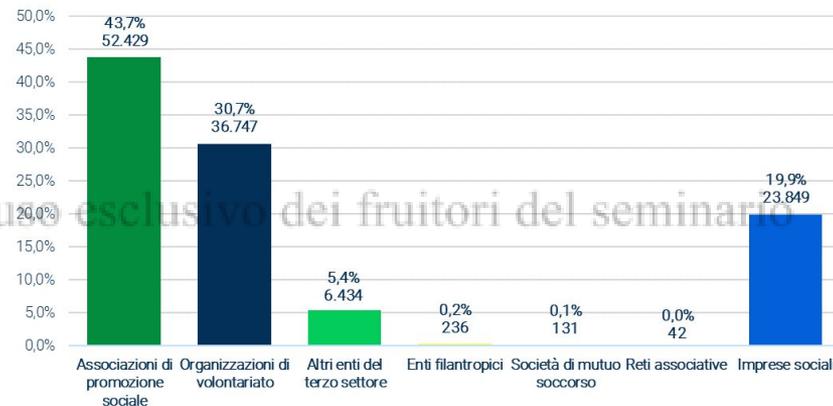
Il grafico rappresenta la consistenza “cumulata” degli enti registrati nel RUNTS nel periodo che va dal 20 dicembre 2021 (data in cui viene iscritta la prima APS) al 31 dicembre 2023.

La configurazione «asintotica» degli ultimi mesi della curva interpolatrice evidenzia **la sostanziale conclusione del processo di costruzione del registro** (condizionato in particolare dalla trasmigrazione dai preesistenti registri di ODV e APS), che ha visto a fine 2023 l’assestamento su 119.868 unità e una sua successiva alimentazione attraverso il progressivo processo di **iscrizione di nuovi ETS** (a fine aprile 2023 si è arrivati a 125.838).

Fonte: elaborazioni Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne su dati RUNTS



Al 31 dicembre 2023, la composizione dei quasi 120 mila enti registrati nel RUNTS si caratterizza per una netta prevalenza di **APS** (oltre 52 mila, pari al 43,7%), di **ODV** (circa 37 mila, pari al 30,7%) e di **Imprese sociali** (quasi 24 mila, pari al 19,9%). Complessivamente, quindi, queste tre tipologie di ETS rappresentano il 94,3% del totale degli enti registrati. Sono inferiori le quote relative agli **Altri enti** del terzo settore (5,4%) e residuali quelle riferite agli altri soggetti.



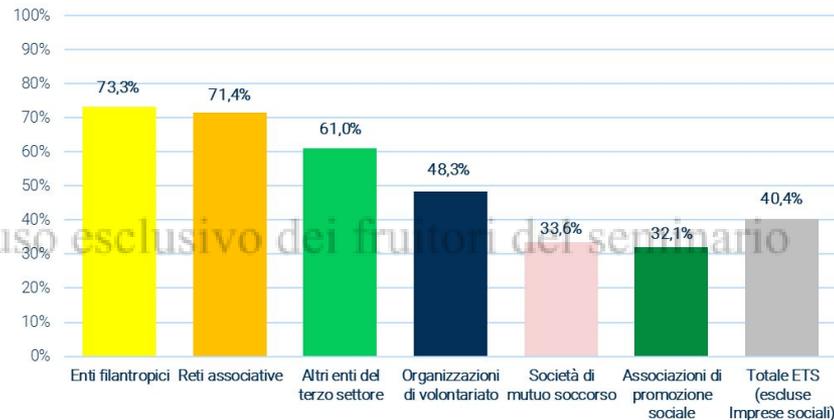
Fonte: elaborazioni Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne su dati RUNTS

Il **40,4% degli ETS** (sempre al netto delle imprese sociali) è accreditato al 5x1000.

La quota più elevata riguarda gli **Enti filantropici** (73,3%), seguiti da **Reti associative** (71,4%, va detto che il numero assoluto è di 42 unità), **Altri enti del terzo settore** (61,0%) e **ODV** (48,3%).

A livello territoriale **spicca l'Italia nordorientale** (47,2%), seguita da quella **nordoccidentale** (45,7%), Mezzogiorno (36,2%) e Italia centrale (33,0%).

Tra le regioni è in testa l'**Emilia-Romagna** (52,9%), seguita da **Calabria** (50,2%), **Valle d'Aosta** (48,4%), **Liguria** (47,4%) e **Lombardia** (46,5%).

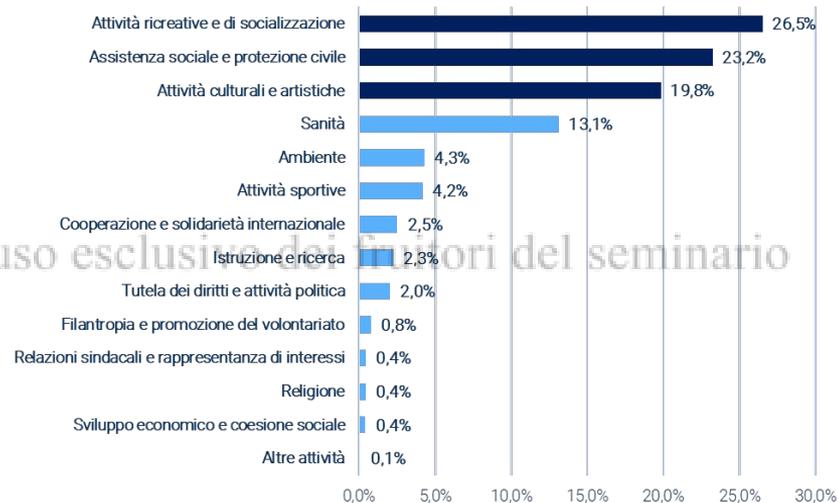


Fonte: elaborazioni Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne su dati RUNTS

Attraverso operazioni di *record linkage* (Archivio *nonprofit Istat*) sono state ricavate indicazioni sulle attività svolte classificate attraverso la ICNPO (*International Classification of Nonprofit Organizations*, classificazione elaborata dalla Johns Hopkins University) con una copertura pari a quasi tre quarti del totale.

La quota più elevata di enti opera nel settore delle **Attività ricreative e di socializzazione (26,5%)**. Altri ambiti particolarmente rappresentativi sono: **Assistenza sociale e protezione civile (23,2%)**; le **Attività culturali e artistiche (19,8%)** e con un dato più distante la **Sanità (13,1%)**.

Fonte: elaborazioni Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne su dati RUNTS

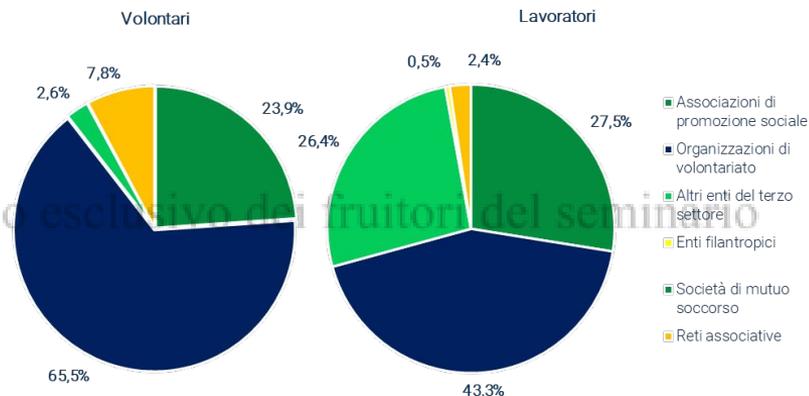


Seppure ancora con una copertura parziale, il RUNTS restituisce informazioni importanti sulle risorse umane impegnate nelle attività degli ETS.

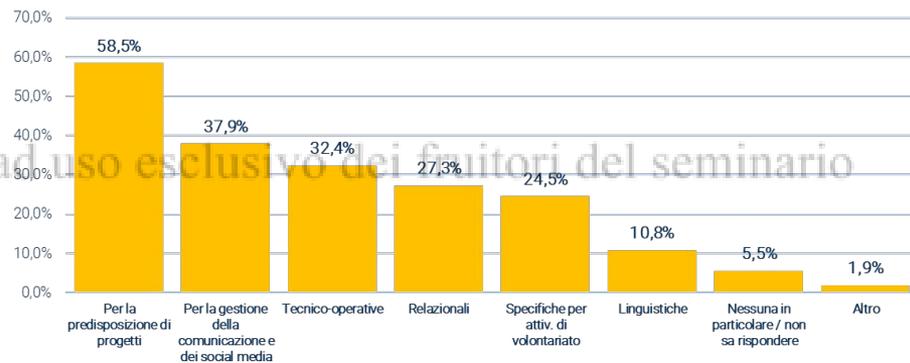
Nel sottoinsieme di ETS che esclude le imprese sociali si contano, 2.556.946 **volontari**, la maggior parte dei quali operanti nelle **ODV** (65,5%, corrispondenti a quasi un milione e settecentomila unità) e nelle **APS** (23,9%, oltre 600.000 unità). Ciò significa che si registrano mediamente 69,9 volontari per ogni **ODV**, mentre per le APS il valore medio scende a 17,2.

A questi si aggiungono quasi 55 mila **lavoratori**, concentrati per il 43,3% nelle **ODV**, 27,5% nelle **APS** e 26,4% negli **Altri enti**.

Fonte: elaborazioni Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne su dati RUNTS



Per molto più della metà degli ETS (58,5%), è fondamentale sviluppare **competenze di progettazione**, tema strettamente collegato ai bandi pubblici e al tema reperimento fondi. Il valore sale per le APS (63,4%) e scende per le ODV (42,2%), che attribuiscono maggiore importanza allo sviluppo di competenze specifiche per il volontariato (45,7%). Al secondo posto vengono segnalate le competenze per la **gestione della comunicazione e dei social media** (37,9%). Seguono competenze **tecnico-operative** (32,4%) e **relazionali** (27,3%).



Fonte: indagine Unioncamere - Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne

Google Ads e Google Ad Grants

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Dai banchi alimentari locali alle organizzazioni umanitarie internazionali che intervengono in situazioni di emergenza, le organizzazioni non profit sono fondamentali per le comunità.

Il marketing digitale può aiutare queste organizzazioni a raggiungere le persone su vasta scala, con soluzioni misurabili fortemente mirate che consentono di raggiungere gli obiettivi che hanno più a cuore: **sensibilizzazione, raccolta di donazioni e reclutamento di volontari.**





Raggiungi un maggior numero di donatori online con Google Ad Grants

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Attira donatori, promuovi la tua organizzazione e recluta volontari con le pubblicità senza scopo di lucro nella Ricerca Google.

Ad Grants consente di accedere a \$ 10.000 al mese di pubblicità senza scopo di lucro per gli annunci di testo.

I beneficiari di premi Google Ad Grants ricevono una concessione per l'utilizzo di **pubblicità Ads gratuita** sulle pagine dei risultati di ricerca di Google.

I beneficiari creano e gestiscono i propri account Ads, come gli inserzionisti paganti, ma devono rispettare determinate **restrizioni**

 **Per il non profit**



- **Iscriviti** al programma e **crea campagne** search sulla piattaforma.
- Puoi **raggiungere gli utenti che effettuano una ricerca** su Google.
- Con Google Ads puoi promuovere gli obiettivi della tua organizzazione no profit.
- Gli annunci associati ai risultati di ricerca di Google Ads vengono **visualizzati accanto ai risultati di Ricerca Google** quando le persone cercano organizzazioni no profit come la tua.
- Sono compresi inoltre sofisticati **strumenti utili per creare, indirizzare e ottimizzare le tue campagne**, consentendo di avere sempre pieno controllo.

Ricorda:

- Gli annunci sono completamente basati su **testo**.
- Verranno mostrati solo nelle pagine dei risultati della Ricerca Google (no partner di ricerca), in posizioni **al di sotto** degli annunci degli inserzionisti paganti.
- Il costo per clic (**CPC**) massimo è pari a \$ 2.00 USD, a meno che non si utilizzino strategie Smart Bidding.
- è possibile usufruire di pubblicità Google Ads senza scopo di lucro per un valore di **\$ 10.000 USD al mese** (fino a \$ 40.000 USD al mese per i partecipanti al programma Grantspro).



Idoneità: Chi può partecipare?



Per poter essere ammessa a Google Ad Grants, l'organizzazione no profit deve avere sede in **uno dei paesi che ammettono il programma** e **disporre di uno stato di ente di beneficenza valido e attuale.**

Bisogna inoltre riconoscere e accettare le certificazioni richieste da Google relativamente all'**imparzialità**, nonché alla **ricezione e all'utilizzo delle donazioni.**

Infine, è richiesto un **sito web di qualità elevata** conforme alle norme relative ai siti web di Ad Grants.



La tua organizzazione **non è idonea** a Google per il non profit se è:

- Un'organizzazione o un ente governativo.
- Un ospedale o un'organizzazione sanitaria (le fondazioni o le divisioni di beneficenza associate alle organizzazioni sanitarie sono idonee).
- Una scuola, un istituto accademico o un'università (le divisioni filantropiche delle organizzazioni di formazione sono idonee).



Presenta domanda a Google per il no profit

Una volta verificata l' idoneità della tua organizzazione, potrai attivare Google Ad Grants. L'organizzazione deve essere regolarmente registrata come ente di beneficenza nel tuo paese. Vedi i requisiti di idoneità e presenta domanda a Google per il no profit.



Attiva Ad Grants

Accedi a Google per il no profit, *Attiva prodotti* e poi inserisci le informazioni richieste.

A questo punto è possibile *Attivare* l'account per chiedere che la tua organizzazione venga esaminata.



Lancia una campagna Ad Grants efficace

Una volta che la richiesta di attivazione è stata approvata e che hai accettato l'invito al tuo account Ad Grants, puoi iniziare a creare la tua prima campagna.



Il **monitoraggio delle conversioni**

consente di conteggiare le azioni desiderate effettuate dai visitatori del sito web dopo che hanno interagito con gli annunci.



Secondo le norme di Ad Grants, gli account che utilizzano strategie di Smart Bidding basate sulle conversioni **devono implementare strategie di monitoraggio delle conversioni valide.**



Al fine di soddisfare i requisiti previsti per partecipare al programma, è importante attenzionare alcuni aspetti:

- Parole chiave e punteggio di qualità
- Targeting geografico in linea con il servizio offerto
- CTR a livello di account superiore al 5%
- Almeno due gruppi di annunci per campagna attiva e i sitelink attivi
- Sito web conforme alle norme
- Monitoraggio delle conversioni



Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Ricorda che è possibile sfruttare la sinergia tra campagne su Google Ads e l'account Google Ad Grants.

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Meta Ads per le No Profit

Le organizzazioni no profit possono usare le tecnologie di Meta per:

- farsi conoscere;
- sensibilizzare le persone su temi importanti;
- mobilitare i volontari;
- raccogliere fondi.

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Queste azioni permettono all'organizzazione di **crescere in termini di notorietà**, rendendo più semplice il raggiungimento di risultati concreti.

Le persone usano le tecnologie di Meta per **riunirsi intorno a temi che hanno a cuore** e possono essere promotori essi stessi di raccolte fondi grazie agli strumenti che la piattaforma mette a disposizione.



The Meta logo consists of a blue infinity symbol followed by the word "Meta" in a bold, dark blue sans-serif font.



<https://www.facebook.com/government-nonprofits/best-practices/nonprofits>

Pagina FB

La Pagina FB di una No profit dovrebbe avere impostato come CTA principale il pulsante “Fai una donazione”. Questo per incentivare le donazioni spontanee degli utenti che arrivano sulla pagina.

Nell'immagine di copertina in genere si va a inserire la **campagna corrente**, oppure un'**immagine esplicativa della mission** dell'organizzazione. Nell'immagine profilo va inserito il **logo** dell'ong, analogamente a come si procede per le aziende. Si raccomanda anche di scegliere la corretta **categoria di Pagina**, dedicata alle no profit.



Pagina FB

Essendo la Pagina Fb un touchpoint importante per l'utente è necessario che la descrizione breve inserita in pagina, in poche parole definisca il **campo di azione della no profit**, in modo che possa dare all'utente informazioni importanti sull'obiettivo dell'organizzazione.

Importante anche andare ad inserire tutti i possibili canali di contatto: sito, indirizzo, sito web... questo per dare modo all'utente di approfondire e per rafforzare la credibilità della Pagina. Se la Pagina non ha già ricevuto in passato una spunta blu si può richiedere la verifica tramite abbonamento.

In breve

Greenpeace esiste perché il nostro fragile Pianeta merita di avere una voce. Servono soluzioni, cambiamenti, azioni. Subito!

www.greenpeace.it

 Pagina · Organizzazione di tutela ambientale

 via della Cordonata 7, Rome, Italy

 06 6813 6061

 info.it@greenpeace.org

 greenpeace.org/italy

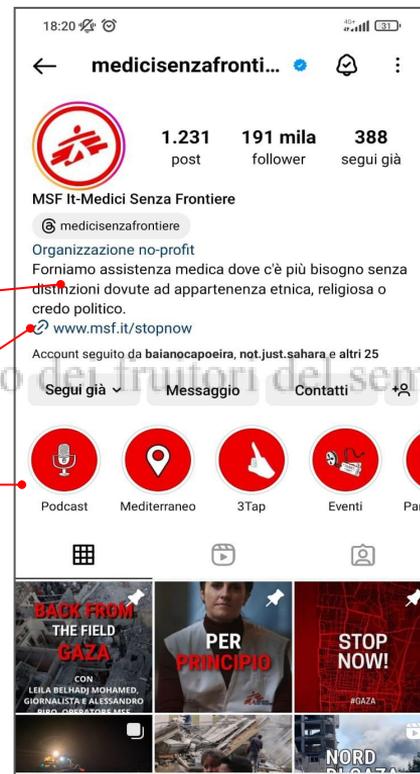
 Aperto ora ▾

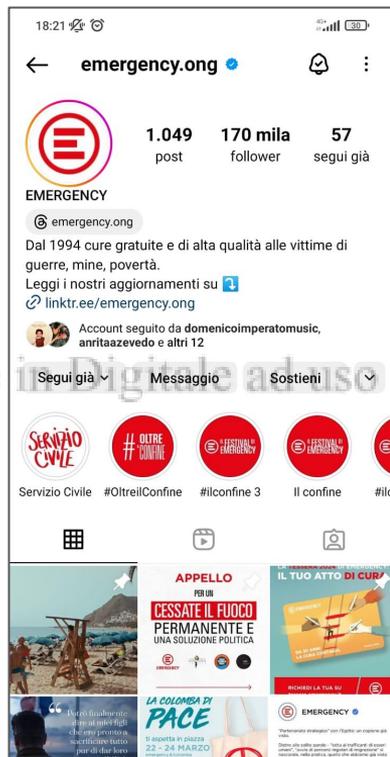
 Valutazione · 4,3 (3382 recensioni) 

Profilo Instagram

Il Profilo Instagram di una no profit dovrebbe seguire le best practice di completamento del profilo comuni anche alle aziende:

- Descrizione che indica la mission dell'organizzazione
- Aggiornamento costante
- Consistenza visiva
- Utilizzo dei formati a disposizione
- Link al sito/campagna in corso/link multiplo
- Archivio tematico delle storie
- Profilo Business.





Materiale riservato - Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Profilo e attività su Threads

Threads è la nuova arrivata in famiglia Meta.

Nata per replicare Twitter, ha ancora diversi limiti ma ha acquisito un buon numero di utenti velocemente e attualmente è un competitor interessante per X.

Le no profit possono dunque posizionarsi su questa piattaforma strutturando una presenza sostanzialmente con le stesse modalità e tono che si ha su X, quindi aggiornamenti in tempo reale e contenuti informativi sono i contenuti migliori per questo social.



THREADS



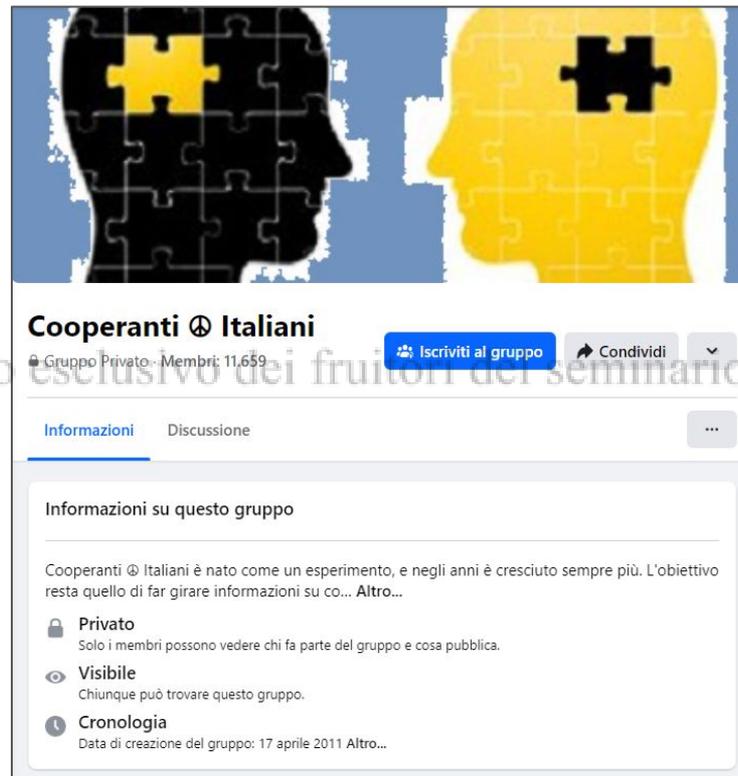
X

I Gruppi Facebook

Facebook è il social network dove maggiormente si esprimono le community. Lo strumento più utile a questo scopo è il Gruppo.

Alcune osservazioni sui Gruppi:

- Richiedono un impegno elevato (editoriale e di gestione);
- Devono offrire contenuto di valore per l'utente;
- Il tema del gruppo deve riuscire a catturare l'attenzione e a coinvolgere l'utente che deve essere interessato a partecipare alla discussione.



PED

Nel piano di pubblicazioni di una No Profit possiamo utilizzare questo tipo di contenuti:

Aggiornamenti sui
progetti/interventi

Testimonianze dirette dei
volontari/operatori

Sensibilizzazione sui temi
dell'organizzazione

Racconto di storie di
persone aiutate

Petizioni

Ricerca volontari

Eventi/iniziative
pubbliche

Aggiornamenti sui luoghi in cui si compiono azioni di
solidarietà/cooperazione

Trasparenza sulle
raccolte fondi

Raccolta fondi

Donazioni in piattaforma

Per abilitare una No profit a ricevere donazioni direttamente in piattaforma è necessario rispettare dei **requisiti**:

- L'indirizzo dell'organizzazione è incluso nella sezione "Informazioni" della Pagina Facebook, con la mappa visibile al pubblico.
- La categoria della Pagina è impostata su "Organizzazione no profit" o "Organizzazione di beneficenza" come prima opzione.
- La Pagina è stata pubblicata da almeno 2 giorni.
- La Pagina ha almeno 1 post.
- La pagina ha sia l'immagine di copertina sia l'immagine del profilo
- La Pagina rispetta gli [Standard della community](#).

<https://www.facebook.com/help/1640008462980459>

Donazioni in piattaforma

Per ottenere l'idoneità, l'organizzazione deve:

- Essere registrata in un registro delle no profit accettabile nel tuo Paese. [Italia](#).
- Avere la sede in un Paese o in un'area geografica in cui sono disponibili i pagamenti delle donazioni tramite Meta Pay (in Italia è possibile farlo, vedere slide successiva per la procedura).

<https://www.facebook.com/help/1640008462980459>

Raccolte fondi

Cerca le raccolte fondi

Scopri le raccolte fondi

Categorie

La tua attività

+ Raccolte donazioni

Siamo qui per aiutarti

Risposte alle domande comuni sulle raccolte fondi:

- In che modo le organizzazioni no profit ricevono le donazioni?
- Come funzionano le imposte?
- Come funzionano i costi del servizio?
- Posso fare una donazione privata?

Scopri di più sulle raccolte fondi nel [Centro assistenza](#).

raccolte donazioni per una causa a cui tieni

Crea una raccolta fondi scegliendo dalla nostra lista di organizzazioni no profit popolari o fai una ricerca per iniziare.

Seleziona no profit

164 amici hanno fatto una donazione in favore di una raccolta fondi.

Sfoglia categorie

Trova una causa consultando le categorie più popolari

Mostra tutto

Popolari

Aiuti durante una situazione di emergenza

Ambiente

Animali

Arti e cultura

Azienda

Comunità e azione sociale

Raccolte fondi di organizzazioni no profit

Raccolte fondi per le no profit che potrebbero essere importanti per te. Le donazioni potrebbero essere deducibili a livello fiscale.

Raccolta fondi per Cure2Children Foundation per il compleanno d...

Raccolta fondi per Cure2Children Foundation di Antonio Manta

Importo raccolto: 65 € su 200 €

3 persone hanno fatto una donazione.

Fai una donazione

Urgent Relief and Recovery for Gaza's Children

Raccolta fondi per PCRPF - Palestine Children's Relief Fund di PCRPF ...

Importo raccolto: 330.762 € su 927.753 €

10.066 persone hanno fatto una donazione.

Fai una donazione

Urgent! Support Frontline Organizers in Eastern DRC

Raccolta fondi per Friends of the Congo di Friends of the Congo

Importo raccolto: 44.256 € su 483.876 €

2388 persone hanno fatto una donazione.

Fai una donazione

Operation Be Brave: Help us change the world

Raccolta fondi per Always & Forever Animal Sanctuary di ...

Importo raccolto: 97.745 € su 111.157 €

1157 persone hanno fatto una donazione.

Fai una donazione

Procedura di autorizzazione

Informazioni dell'organizzazione

Occorre fornire le seguenti informazioni relative all'organizzazione:

- Nome (deve essere il nome completo registrato legalmente).
- Indirizzo (deve corrispondere all'indirizzo registrato).
- Informazioni di contatto (numero di telefono o indirizzo e-mail).
- Codice di identificazione fiscale, numero di registrazione dell'ente di beneficenza o partita IVA.

Documenti di verifica dell'organizzazione

Occorre inviare un documento per verificare le informazioni fornite relative all'azienda.

Documenti accettati:

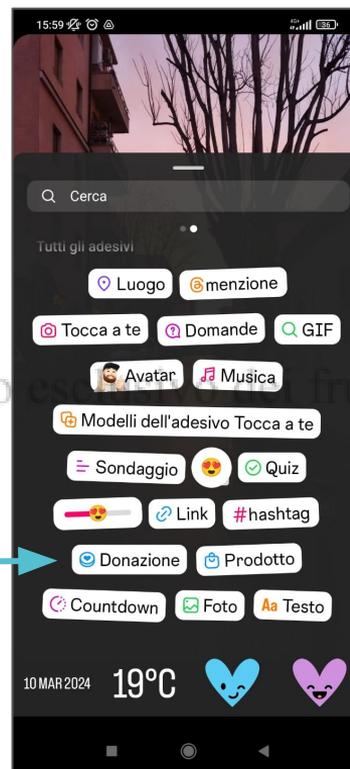
- Bolletta telefonica o delle utenze: deve essere stata emessa entro i 6 mesi precedenti.
- Licenza aziendale: deve essere ufficiale e non scaduta.
- Dichiarazione fiscale aziendale: deve essere emessa nell'anno fiscale precedente.
- Atto costitutivo: deve essere stato emesso entro i 50 anni precedenti.
- Statuto di società anonima: deve essere stato emesso entro i 50 anni precedenti.

Adesivi per le Stories (IG e FB)

Meta dedica degli **adesivi** da usare nelle Storie che invitano l'utente a fare una donazione.

Si può dunque invitare l'utente a usare l'adesivo per supportare la causa della No profit.

L'utente che visualizza la Storia e clicca sull'adesivo effettuerà così una donazione direttamente in piattaforma per la ONG prescelta da chi ha pubblicato la Storia.



INSTAGRAM



FACEBOOK

Per creare campagne sui temi sociali occorre avere l'autorizzazione:

Procedura di autorizzazione 1

Può effettuare la procedura l'amministratore della Pagina o un inserzionista sulla Pagina.

In alternativa, devi far completare all'admin la procedura di autorizzazione delle inserzioni.

Una Pagina deve avere almeno un amministratore che abbia confermato la propria identità.

Impostazioni • Nuova esperienza delle Pagine

Nuova esperienza delle Pagine

- Accesso alla Pagina
- Cronologia di gestione della Pagina
- Stato della Pagina
- Pagina consigliata
- Messaggi avanzati
- Condivisione dei dati
- Inserzioni su temi sociali, elezioni o politica**
- Badge di Facebook
- Contenuti brandizzati

Ricevi l'autorizzazione per pubblicare inserzioni su temi sociali, elezioni o politica

Le inserzioni su [temi sociali](#), [elezioni](#) o [politica](#) richiedono un elevato livello di trasparenza. Per ricevere l'autorizzazione, devi fornire informazioni aggiuntive su di te e su chi è responsabile per il contenuto e il finanziamento di queste inserzioni.

Dove pubblicherai le inserzioni?

Puoi pubblicare inserzioni su temi sociali, elezioni o politica solo nel Paese in cui disponi dell'autorizzazione. Nella maggior parte dei casi, si tratta del Paese in cui vivi attualmente. [Scopri di più](#)

Paese
Italia

Ecco cosa devi fare

Completa questi passaggi per ricevere l'autorizzazione per pubblicare inserzioni su temi sociali, elezioni o politica.

- ✓ Conferma la tua identità
- ✓ Crea un disclaimer
- ✓ Collega un account pubblicitario al disclaimer
- ✓ Collega un account Instagram (facoltativo)

[Scopri di più sui nostri requisiti per pubblicare inserzioni su temi sociali, elezioni e politica.](#)

Conferma la tua identità

Chiunque crei, modifichi o gestisca inserzioni su temi sociali, elezioni o politica deve confermare la propria identità personale. La conferma sarà applicata a tutte le Pagine che

Procedura di autorizzazione 2

Un **disclaimer** specifico può essere usato anche dalle persone che non lo hanno direttamente creato.

Solo gli amministratori della Pagina possono creare o modificare i disclaimer per il Paese in cui saranno pubblicate le inserzioni.

L'**autenticazione a due fattori** deve essere abilitata.

Documentazione utilizzabile per ricevere l'autorizzazione:

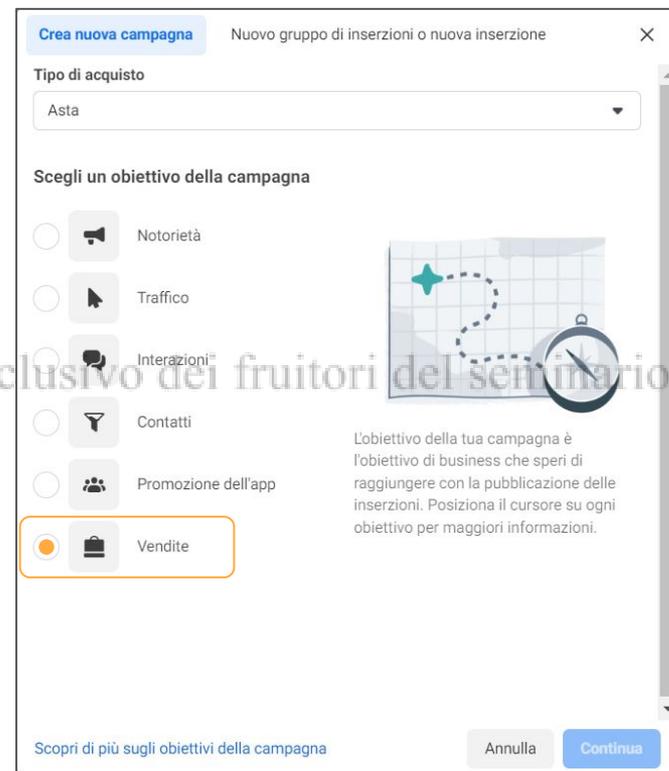
- 1 documento di identità ufficiale o 2 documenti di identità non ufficiali
- Un modulo autenticato scaricabile all'indirizzo <http://facebook.com/id>

<https://www.facebook.com/business/help/208949576550051?id=288762101909005>

Campagne per Donazioni sul sito

Le campagne che puoi usare in piattaforma per ottenere delle donazioni sono le campagne “Vendite”. Queste campagne sono infatti dedicate alle conversioni più consistenti, tra cui la **donazione**.

Ovviamente è possibile utilizzare anche le altre tipologie di campagna disponibili in piattaforma per perseguire gli altri obiettivi di marketing.



Crea nuova campagna Nuovo gruppo di inserzioni o nuova inserzione

Tipo di acquisto
Asta

Scegli un obiettivo della campagna

- Notorietà
- Traffico
- Interazioni
- Contatti
- Promozione dell'app
- Vendite

L'obiettivo della tua campagna è l'obiettivo di business che spera di raggiungere con la pubblicazione delle inserzioni. Posiziona il cursore su ogni obiettivo per maggiori informazioni.

Scopri di più sugli obiettivi della campagna

Annulla Continua

Campagne Conversione - Alcuni esempi di campagne paid promosse dalle ONG a inizio 2024.

EMERGENCY · Sponsorizzato · Finanziato da EMERGENCY ·

Sostieni EMERGENCY con una piccola donazione mensile: sarai con noi giorno dopo giorno dove c'è più bisogno. Dall'Afghanistan al Sudan, per curare le vittime della guerra e della povertà; dalle periferie di Milano alle zone agricole del sud Italia, per chi è più vulnerabile e non ha accesso al sistema sanitario.

Unisciti a noi: con te siamo più forti.

EMERGENCY.IT
Unisciti a noi
Organizzazione no profit registrata

Fai subito la tua donazione

692 · Commenti: 11 · Condivisioni: 45

OBIETTIVO DONAZIONE - FORMATO IMG

LAV · Sponsorizzato · Finanziato da LAV Onlus ·

Entra oggi a far parte della famiglia di adottanti a distanza di Stellina: bastano 50cent al giorno per garantirle i continui controlli, le analisi, l'idroterapia e i medicinali di cui ha bisogno.

ADOTTA STELLINA A DISTANZA

e Stellina lo sa bene.

LAV.IT
Adottala a distanza
Stellina ha bisogno di te.

Scopri di più

445 · Commenti: 18 · Condivisioni: 102

OBIETTIVO ADOZIONE - VIDEO

WWF Italia · Sponsorizzato ·

Se hai a cuore la causa ambientale, le bomboniere solidali WWF sono un ricordo perfetto del tuo evento speciale simbolo dell'impegno costante nella difesa della Natura. Scegli le scatoline portaconfetti per un piccolo ma significativo regalo che fa sorridere i tuoi invitati e anche il Pianeta!

Bomboniere Solidali WWF · **Acquista ora**

Bomboniere solidali WWF | Segnalibro... · **Acquista ora**

11

OBIETTIVO ACQUISTO - CAROSELLO (CATALOGO)

Normativa

Spesso le cause per cui le no profit richiedono raccolte fondi hanno caratteristiche drammatiche.

Occorre però fare attenzione a non violare gli **standard della community** esponendo annunci che:

- Scioccano, spaventano o provocano disgusto
- Enfatizzano la violenza esplicita o la tortura
- Mettono in evidenza scene di sofferenza
- Raffigurano l'uso di armi da fuoco



TROPPE SEGNALAZIONI



**RISCHIO CHIUSURA
ACCOUNT!**

Ad Library

Per un discorso di trasparenza verso gli utenti è possibile vedere a quanto ammonta la spesa per campagne politiche e sociali e quali soggetti le promuovo.

Ultimo giorno

Ultimi 7 giorni

Ultimi 30 giorni

Ultimi 90 giorni

Tutte le date

Spesa per inserzionista

16 mar 2024

Vedi la spesa totale in base a Pagine Facebook specifiche e disclaimer per l'intervallo di date selezionato. Puoi ordinare i risultati.

Cerca un inserzionista

Nome della Pagina	Disclaimer	Importo speso	Numero di inserzioni nella Libreria
UNICEF Italia	UNICEF Italia	€ 3831	28
Medici Senza Frontiere	Medici Senza Frontiere	€ 2614	16
FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano	FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano	€ 2414	42
Save the Children Italia	Save the Children Italia	€ 1969	19
EMERGENCY	EMERGENCY	€ 1874	34
Consulcesi	Consulcesi	€ 1131	109
LAV	LAV Onlus	€ 1077	15
Altroconsumo	Altroconsumo	€ 877	35

<https://www.facebook.com/ads/library/report/?source=nav-header>

Messenger

Messenger è strettamente legato alla Pagina FB, è indispensabile che ci sia copertura rispetto alla gestione di questo strumento, poiché rappresenta uno dei punti di accesso all'organizzazione più immediati.

Oltre alla chat classica è possibile creare:

- **Canali Broadcast:** canali di comunicazione unidirezionali;
- **Chat della community:** le chat dei Gruppi Facebook.

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Canile Sanitario e Rifugio di Bitritto - Giardino di Sissi'. The page features a profile picture of a dog wearing a hat and a blue banner with the text: 'RICEVE SU APPUNTAMENTO: Dal Lunedì al Venerdì dalle 16.00 alle 18.00 SABATO CHIUSI Domenica dalle 9:00 alle 11:00'. The page statistics show 6532 likes and 10,082 followers. Below the page information, there is a 'Post' section with a message that says 'TERMINATE!!!!'. An inset shows the Messenger chat interface with the text: 'Quando invii un messaggio, Canile Sanitario e Rifugio di Bitritto "Il Giardino di Sissi" vedrà le tue informazioni pubbliche.' The chat interface also shows a 'Tocca per inviare' button and a search bar.

Whatsapp

Whatsapp può essere molto utile per l'organizzazione dei volontari attraverso lo strumento dei **Gruppi**.

I Gruppi permettono uno scambio orizzontale tra i partecipanti, buona norma è sempre definire le regole del Gruppo e indicare quali argomenti sono adatti al gruppo, per evitare che nel gruppo vengano postati contenuti indesiderati.

In ogni caso è necessario **moderare** l'attività e intervenire dunque nella gestione del gruppo e delle dinamiche interne.

Oltre ai Gruppi molto utili sono i canali **Community**: canali di comunicazione unidirezionali ma con cui è possibile interagire tramite reazioni e risposta a sondaggi.

A differenza dei Gruppi nelle Community è solo l'Admin a scrivere contenuti, elimina il problema della moderazione.

Utile se si possiede molto contenuto informativo o di intrattenimento, che corrisponda ad un interesse reale dell'utente.

Opportunità Programmi Grants -

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Altre piattaforme

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Microsoft Ad Grants

Eccellenze in Digitale

Cos'è Microsoft Ad Grant

Il programma **Microsoft Ad Grant**, conosciuto anche come *Annunci per l'impatto sociale*, è un programma che Microsoft Advertising mette a disposizione delle Organizzazioni no profit affinché possano effettuare attività di advertising tramite la piattaforma Microsoft.

I partner no profit Microsoft che risultano idonei possono usufruire di sovvenzioni mensili per campagne che sfruttano il motore di ricerca Bing e i siti partner del Network Microsoft con l'obiettivo di generare awareness nei confronti dell'organizzazione e della sua mission, accrescere il numero di donatori, sostenitori, volontari.

Inoltre, Microsoft Advertising mette a disposizione degli inserzionisti coupon e offerte promozionali, oltre a risorse e strumenti pensati per le organizzazioni no profit.

<https://help.ads.microsoft.com/apex/index/3/it/60184>
<https://nonprofit.microsoft.com/en-us/getting-started>



Per essere riconosciute idonee le organizzazioni devono:

- ✓ Essere organizzazioni senza scopo di lucro o non governative con status giuridico riconosciuto nel paese di riferimento.
- ✓ Operare senza scopo di lucro e avere una mission a beneficio di comunità locali, per esempio attività di assistenza ai poveri, progresso dell'istruzione, attività con l'obiettivo di migliorare il benessere sociale, preservare cultura, ambiente, diritti umani, etc.
- ✓ Attestare la politica antidiscriminatoria di Microsoft.
- ✓ Avere un sito web che fornisca dettagli sull'organizzazione e sulla sua mission.

Esempi di organizzazioni non idonee:

- ✗ Organizzazioni governative
- ✗ Ospedali/gruppi medici
- ✗ Istituti di istruzione
- ✗ Centri di assistenza all'infanzia
- ✗ Istituti accademici

1
STEP

Il programma Microsoft Ad Grant mette a disposizione degli inserzionisti un **importo iniziale di 1.000\$**.

Se l'organizzazione spende almeno 1.800 \$ dall'ultimo giorno del mese precedente al penultimo giorno del mese in corso (ad esempio, 31 maggio 2023 - 29 giugno 2023) Microsoft Advertising aumenterà la sovvenzione mensile a 3.000\$ nel mese successivo.

Tutte le spese che superano la sovvenzione iniziale di 1.000\$ vengono però addebitate all'inserzionista, quindi vengono automaticamente applicate al metodo di pagamento dell'account,

2
STEP

Per poter beneficiare dell'aumento dell'importo, la spesa minima deve quindi essere di 1.800\$. Le organizzazioni che ricevono una sovvenzione mensile di 3.000\$ devono mantenere una spesa di almeno 3.800\$ per 3 mesi consecutivi, altrimenti l'account tornerà ad avere a disposizione l'importo iniziale di 1.000\$.

Come nel caso precedente, tutte le spese che superano la sovvenzione iniziale di 3.000\$ vengono automaticamente applicate al metodo di pagamento dell'account.

Ma come sfruttare questa opportunità?

- Sfruttare innanzitutto le campagne search per massimizzare l'investimento e presidiare il motore di ricerca.
- Usare gli strumenti di automazione ed AI messi a disposizione dalla piattaforma, utilizzare i meccanismi di importazione per risparmiare tempo e ottimizzare le prestazioni degli annunci.
- Valutare la possibilità di espandere la copertura e potenzialmente anche la spesa e la sovvenzione iniziale.

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

LinkedIn for Nonprofit

Il programma **LinkedIn for no profit** mette a disposizione di organizzazioni no profit risorse gratuite, supporto, prodotti scontati e l'opportunità di aderire al programma LinkedIn Ad Grants.

Per essere riconosciute idonee le organizzazioni devono:

- ✓ Essere organizzazioni senza scopo di lucro o non governative con status giuridico riconosciuto nel paese di riferimento.
- ✓ Operare senza scopo di lucro e avere una mission a beneficio delle comunità.
- ✓ Attestare la politica antidiscriminatoria di Microsoft.
- ✓ Accettare i termini contrattuali previsti dal programma.



<https://nonprofit.linkedin.com/>

Il programma LinkedIn for Nonprofit offre alle organizzazioni idonee sconti su alcuni prodotti particolarmente strategici:

- uno sconto fino al 50% su un contratto annuale per **LinkedIn Recruiter**, strumento che permette di intercettare potenziali candidati;
- uno sconto fino al 50% su un contratto annuale per **LinkedIn Sales Navigator**, strumento che mette a disposizione una serie di funzionalità premium pensate per poter intercettare utenti valoriali (potenziali sostenitori, volontari, etc.) tramite ricerche mirate e contattarli successivamente tramite diverse tipologie di azioni (es. InMail);
- uno sconto fino al 50% su un contratto annuale per **LinkedIn Learning Solutions**, strumento che mette a disposizione delle organizzazioni risorse e migliaia di corsi online tenuti da esperti di settore.

Inoltre, è possibile aderire al programma [Ad Grants](#) che consente alle organizzazioni idonee di effettuare attività di advertising senza sostenere costi. Al momento non vengono accettate candidature, ma periodicamente è prevista la possibilità di candidarsi per accedere al programma.

<https://nonprofit.linkedin.com/products/all-products>



Il programma **LinkedIn for Nonprofit**, inoltre, mette gratuitamente a disposizione l'accesso a **Resource Hub**, una raccolta di guide, best practice e consigli di esperti che offrono indicazioni su come sfruttare al meglio le funzionalità gratuite disponibili sulla piattaforma LinkedIn. Le risorse sono pensate sia per chi sta pianificando di avviare attività su LinkedIn e ha bisogno di indicazioni su come procedere, sia per organizzazioni che sono già presenti sul canale ma hanno bisogno di suggerimenti su come ottimizzare o potenziare la propria strategia.

Per chi sta pensando di iniziare a sfruttare il canale LinkedIn, si parte da alcuni semplici passi:

Creare un profilo LinkedIn efficace



Creare la pagina della propria organizzazione



Ottimizzare la pagina



Creare una rete di contatti, *partendo dai dipendenti*



Inoltre, vengono fornite indicazioni su come accrescere la fanbase, come creare e pubblicare in maniera efficace contenuti valoriali, come sfruttare la piattaforma per la raccolta fondi, etc.

<https://nonprofit.linkedin.com/resource-hub>

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Amazon for Charity

Il programma **Amazon for Charity** offre alle organizzazioni no profit l'opportunità di vendere i propri prodotti senza costi di commissioni di vendita*. Le organizzazioni acquisiscono visibilità tramite una vetrina Amazon for Charity dedicata e tramite eventi ad hoc che Amazon organizza per far conoscere il programma.

Per essere riconosciute idonee le organizzazioni devono:

- ✓ Essere un ente di beneficenza iscritto al Registro Unico Nazionale italiano.
- ✓ Vendere solo prodotti in condizioni nuove, in linea con le politiche di Amazon.
- ✓ Presentare prodotti con il marchio del proprio ente di beneficenza oppure prodotti in co-branding. I prodotti però devono essere venduti esclusivamente dal proprio ente di beneficenza.

<https://sell.amazon.it/programmi/amazon-for-charity>



**Le commissioni di gestione (inclusa Logistica di Amazon e MFN) e altre commissioni (inclusa la pubblicità sponsorizzata) rimangono però invariate e l'organizzazione sarà soggetta a tutti gli standard di vendita stabiliti nelle politiche e nei codici di condotta di Amazon.*

Il programma Amazon for Charity mette quindi a disposizione una vetrina di prodotti senza dover sostenere nessun costo legato alle commissioni di vendita consentendo quindi alle organizzazioni di **usufruire gratuitamente di un importante canale di vendita**, ma anche di **accrescere l'awareness e la visibilità del brand** e delle **attività benefiche** che l'ente persegue. Cosa fare per iniziare ad utilizzare il programma:



Registrarsi



Creare un account
e registrare il marchio



Iniziare a vendere e consegnare i propri prodotti,
si può scegliere di utilizzare il proprio sistema di
logistica oppure quello di Amazon

Nel 2020, a causa della pandemia di Covid-19, la nostra campagna non ha potuto svolgersi nel modo consueto. Fortunatamente, Amazon era pronta ad accettare la sfida e a digitalizzare completamente la nostra campagna.

L'esperimento ha avuto un enorme successo e Amazon è ora uno dei canali di distribuzione che utilizziamo per la maggior parte dei prodotti nella nostra campagna. Grazie ad Amazon possiamo raggiungere nuovi donatori – giovani nativi digitali appartenenti alla comunità amazzonica – e conoscere meglio le loro abitudini di consumo. In Amazon abbiamo trovato un partner impegnato a combattere insieme il cancro

AIRC
Italia

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

TikTok for Goods

TikTok for Goods è un programma lanciato da TikTok con l'obiettivo di incentivare la produzione di contenuti ad alto impatto sociale così che le organizzazioni imparino a sfruttare creatività impattanti per generare consapevolezza nei confronti di causa sociale rilevanti.

Il programma mette a disposizione gratuitamente **risorse e consigli** per guidare le organizzazioni nella creazione di profili ottimizzati e contenuti efficaci al fine di accrescere l'awareness nei confronti della propria causa e ottenere donazioni.

Alcune best practice per la creazione di video efficaci:

- **Durata dei video:** in un fase iniziale si possono prediligere i video tra i 15 e i 30 secondi. Successivamente si possono sperimentare video di durata superiore ai 60 secondi.
- **Schedule di pubblicazione:** si può iniziare con la pubblicazione di 3-5 video a settimana. Poi, per stimolare la crescita del profilo, si potrebbe aumentare la frequenza di pubblicazione.
- **Niente pubblicità di branding:** loghi, filigrane, bisogna eliminare tutto ciò che rende il post simile ad una pubblicità.
- **Numero di #hashtag:** si consiglia di usarne al massimo 2-3 per dare indicazioni del contesto e incentivare la scoperta dei contenuti dell'organizzazione.



È molto importante cercare di creare contenuti divertenti con un taglio positivo e coinvolgente.

<https://www.tiktok.com/for-good/>



@tiktokforgood

386

Seguiti

1.2M

Follower

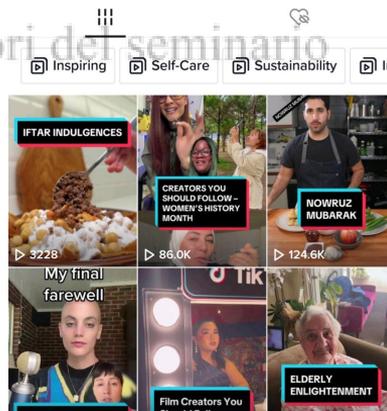
19.9M

Mi piace

Segui

TikTok's social impact hub: inspiring our community to drive positive impact

tiktok.com/for-good

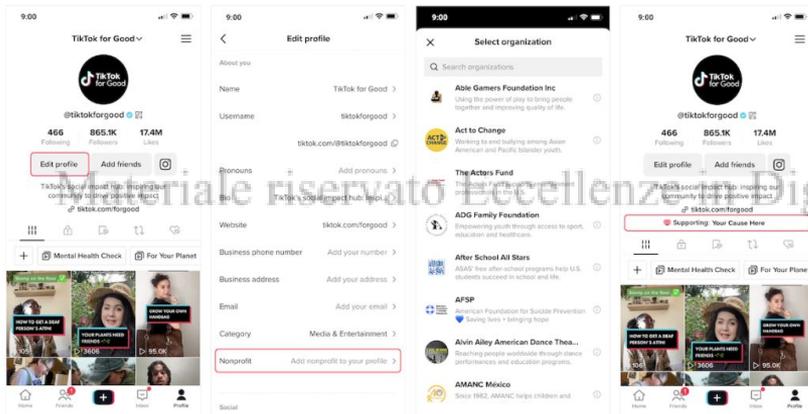


TikTok mette a disposizione strumenti e consigli per dare visibilità e massimizzare le azioni di raccolta fondi.

Inserire riferimento e link alla pagina dell'organizzazione

Aggiungere adesivi per le donazioni

Organizzare una raccolta fondi in diretta



Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

Lavoro e creatività

Google Per il non profit

Offerte Idoneità Risorse Casi di successo [Accedi](#) [Inizia](#)

Panoramica **Google Workspace per il non profit** Google Ad Grants Programma non profit di YouTube Google Earth e Google Maps

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario



Migliora le tue collaborazioni,
la tua produttività e la tua
efficienza con Google

Workspace per il non profit

google.com/nonprofits utilizza i cookie di Google per erogare i propri servizi, migliorarne la qualità e analizzare il traffico. [Scopri di più.](#)

Ok

Soluzioni di produttività per le organizzazioni no profit

Scopri come Microsoft 365 con Microsoft Teams aiuta la tua organizzazione no profit a migliorare la cybersecurity, ridurre i costi e consentire a dipendenti e volontari di lavorare ovunque.

[Vedi piani e prezzi](#)

[Scopri se la tua organizzazione è idonea \(in inglese\) >](#)



Donazione di Microsoft 365 Business Premium

Microsoft 365 con Microsoft Teams aiuta la tua organizzazione no profit a migliorare la cybersecurity, ridurre i costi e consentire a dipendenti e volontari di lavorare ovunque.

[Scopri di più >](#)

Adobe Express

Create ▾

Quick Actions ▾

Templates ▾

Plans & Pricing ▾

Learn & Support ▾

Contact Sales ▾

800 94 00 11

Compare plans

☰

Sign in



Adobe Express for Nonprofits

Your organization's purpose, amplified.

Amazing work should be shared. Communicate and scale your impact with standout content made through free access to the Adobe Express Premium plan. All in one app, available on web and mobile.

Register now for free

Free to use
No credit card required

What will you create today?



Custom size



Newsletter



Instagram post



TikTok video



Presentation



Infographic



Annual Report



Eccellenze in Digitale Canva per il non profit

Canva

Progetti grafici ▾

Lavoro ▾

Didattica ▾

Piani e prezzi ▾

Apprendimento ▾

Accedi

Iscriviti

No profit

Panoramica

Obiettivi di sviluppo sostenibile

Risorse

Hub di emergenza

Case study

Canva per il no profit

Strumento di progettazione realizzato pensando alle organizzazioni no profit. Scopri gli strumenti per creare grafiche per social media e materiali di marketing di grande effetto. Inoltra la tua richiesta per ottenere gratuitamente le funzionalità premium di Canva.

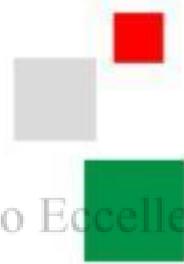
Fai richiesta ora - è gratis!

[Linee guida sull'ammissibilità](#)

SCELTO DALLE PRINCIPALI ORGANIZZAZIONI NO PROFIT

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario

DOMANDE / Q&A ...?



Eccellenze in Digitale

Materiale riservato Eccellenze in Digitale ad uso esclusivo dei fruitori del seminario



UNIONCAMERE

con il supporto di
