

Campagna raccolta fondi dagli utenti

OBIETTIVO STRATEGICO:

La campagna è finalizzata alla sensibilizzazione degli utenti della biblioteca e dei cittadini verso il tema della partecipazione diretta alla vita dell'istituzione culturale locale per eccellenza anche attraverso un contributo volontario.

La vita delle biblioteche pubbliche è da tempo sottoposta a grandissimi ostacoli e limitazioni: se la carenza di risorse pubbliche ha fortemente penalizzato l'ambito sociale (inteso del welfare in senso stretto), quello culturale vede praticamente a rischio la propria esistenza e la propria continuità.

La risposta non può essere la difesa ad oltranza, occorre realizzare un fortissimo rilancio del servizio: la crescita, l'obiettivo della crescita sono l'unica risposta che si deve opporre al contenimento e al taglio.

Contenersi e tagliare per le biblioteche significa iniziare un countdown verso l'estinzione: del resto senza un continuo ripensamento dei servizi e un allargamento dell'offerta (basata sulla competenza aggregata, sulle economie di scala possibili, sulla creatività e sull'abitudine organizzativa e costituzionale alla cooperazione) sarebbe facile pensare che ciò che viene tradizionalmente svolto da una biblioteca pubblica può essere sostituito da internet con la conseguenza di ridimensionare le biblioteche per recuperare risorse economiche.

OBIETTIVO OPERATIVO:

Obiettivo operativo è quello di realizzare una raccolta fondi (su base volontaristica) pari a 150k euro di cui un terzo a copertura dei costi di realizzazione della campagna. Di fatto si tratta di raggiungere il 15% degli iscritti al circuito delle biblioteche Csbno.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO:

La campagna di raccolta contributi volontari da parte degli utenti delle biblioteche del Consorzio intende puntare sul significato di PARTECIPAZIONE.

Il messaggio principale della campagna di comunicazione si fonda sul concetto di **partecipazione** ed è contemporaneamente finalizzato a sollecitare la **partecipazione** degli utenti alla vita delle biblioteche anche attraverso il versamento di un contributo economico che diviene significativo per sostenere lo sviluppo delle biblioteche proprio grazie alla capacità di aggregare grandi numeri delle biblioteche pubbliche.

Il sostegno e la partecipazione restituiscono ai soggetti individuali e alla comunità frutti (servizi e offerta culturale) a nutrimento della collettività stessa.

Non a caso l'immagine evocata è quella del contadino che coltiva il terreno (la rete delle biblioteche) e ne ha in cambio alberi rigogliosi e frutti nutrienti (i servizi e l'offerta culturale) per sé e per tutta la comunità.

A questo scopo alla tessera "sostenitore" viene associata una serie di agevolazioni all'accesso ai servizi culturali del territorio, grazie alla costruzione di partnership individuali con i principali attori e soggetti culturali pubblici (o comunque che collaborano stabilmente con il pubblico).

La campagna viene condotta principalmente all'interno delle biblioteche (e con qualche evento virale, flash mob, in luoghi di aggregazione) e su Internet. Verranno altresì organizzati eventi speciali come i banchetti informativi e cene|buffet.

Ruolo fondamentale sarà quello dei bibliotecari e in generale di tutti gli operatori all'interno della biblioteca.

L'ammontare del contributo (che è volontario e non interferisce con l'accesso e la fruizione di tutti i servizi di base della rete) è libero a partire da un taglio minimo di 10€. Il versamento del contributo è possibile attraverso le seguenti modalità:

- acquisto di un tagliando presso rivenditori autorizzati
- versamento via internet tramite il portale CoseDaFare
- versamento in contanti presso i banchetti organizzati ad hoc nelle biblioteche attraverso i volontari e le relative associazioni.

La campagna si sviluppa nella seconda metà dell'anno (a partire da maggio 2014), considerando che i dati ci dicono che gli utenti attivi passano in biblioteca almeno 3 volte all'anno: è dunque verosimile che da maggio a dicembre, riusciremo a raggiungere tutti gli utenti, coinvolgendoli nel messaggio del fundraising.

Le fasi del progetto sono le seguenti:

- mappatura servizi e offerta culturale
- elaborazione ipotesi accordi
- contatti e sottoscrizione accordi con servizi
- mappatura volontariato già presente nelle biblioteche e nel territorio
- organizzazione e avvio associazione "amici del csbno"
- formazione dei volontari sulla campagna
- definizione calendario banchetti di promozione
- organizzazione banchetti di promozione
- gestione banchetti di promozione
- organizzazione buffet promozione nelle sedi delle biblioteche: contatti con catering
- definizione calendario buffet promozione/catering
- gestione realizzazione buffet

La comunicazione sarà condotta attraverso la produzione di materiali più tradizionali (manifesti, flyers, cartoline, tessere personali) in distribuzione principalmente in biblioteca, l'utilizzo delle mailing list e delle mail massive, i siti internet e i social network.

Verrà altresì prodotto un video della durata di 10-12 secondi il cui contenuto stimola all'approfondimento del tema della contribuzione volontaria alla biblioteca e ne promuove l'effettuazione: il video sarà strategicamente caricato sull'opac e su cafèlib e messo in riproduzione prima dell'accesso ai servizi csbno (ad esclusione di quegli utenti che hanno già versato il contributo)

Le fasi della comunicazione sono invece le seguenti:

- definizione messaggi; grafica; impostazione materiali per stampa e broadcasting
- produzione materiali (materiali cartacei, video vettoriali)
- organizzazione conferenza stampa

ATTORI:

Gli attori principali del progetto sono i seguenti:

- I bibliotecari e gli operatori delle biblioteche (sia dei comuni che del consorzio)
- I volontari
- I dipendenti del consorzio

TEMPISTICA/PERCORSO:

La campagna di comunicazione viene lanciata da una conferenza stampa tenuta dai vertici del Consorzio durante il periodo di SuperMilano (29 marzo 13 aprile): l'intenzione è quella di "sfruttare" un evento di visibilità per raccogliere attenzione e interesse.

Dal mese successivo, da maggio, prende avvio la distribuzione dei materiali, la diffusione delle informazioni, il coinvolgimento degli utenti.

TARGET:

Il target di riferimento sono gli iscritti alla rete delle biblioteche del Consorzio e i frequentatori delle biblioteche (anche non iscritti) che siano maggiorenni. In particolare costituiscono il bacino principale della campagna, gli utenti attivi.

COSTI/RICAVI:

Il costo è rappresentato dall'organizzazione e dalla realizzazione della campagna e dunque dalle seguenti voci di spesa:

Project management (esterno):	10.000 (+ IVA di competenza)	12.200
Risorse interne:	10.000	
Produzione grafica:	3.000 (+ IVA di competenza)	8.540

Stampa e litografia	7.000 (+ IVA di competenza)	3.660
Acquisto tessere:	13.500 (+ IVA di competenza)	16.470
Produzione multimediale:	3.000 (+ IVA di competenza)	3.660
TOTALE	46.500	54.530

La valutazione dei ricavi è estremamente incerta in quanto si tratta di un'assoluta novità all'interno della nostra rete, sebbene esistano copiosi casi in realtà a noi analoghe. Per questo motivo la valutazione, teorica, a sostegno del progetto è che la risposta possa coinvolgere circa il 15% degli utenti del Csbno (13.000/15.000 utenti) per una resa di circa 150.000 euro.

Tale valutazione nasce però anche dall'analisi della ricerca IPSOS che ci restituisce una disponibilità da parte degli utenti a sostenere le biblioteche per il

60/70%. Considerando che i rispondenti all'indagine sono stati gli utenti con posta elettronica che rappresenta il 60% di tutti gli utenti possiamo affermare che il 36% degli utenti globali del CSBNO sono disponibili al sostegno economico delle biblioteche.

La valutazione di una "redemption" del 15% è fortemente cautelativa.

COLLEGAMENTO ALTRI PROGETTI:

Il collegamento principale è da considerare con i Nuovi Servizi: se infatti il versamento del contributo non determina una differenziazione nell'accesso ai servizi "di base" del consorzio, il possesso di una tessera "contribuente" determina agevolazioni significative nell'accesso ai nuovi servizi della rete (Artoteca, soggiorni studio, acquisto libri, acquisto oggettistica, etc.)