

Progetto 5X1000

quanto sono social i possibili destinatari¹

GENNAIO 2019

Key Messages

1. **Media nei Social Media non “parlano” mai del 5X1000**
2. **Sentiment su 5X1000 rileva un valore negativo molto alto rispetto al tema. 26,5%**
3. **Le Associazioni di Volontariato riescono ad interagire meglio con gli utenti social**

Premessa e approccio all'analisi su social media

Come preannunciato nel lancio della nostra pubblicazione “La riforma del 5X1000 ed i comportamenti dei contribuenti”², con questo paper analizziamo quanto il tema del 5X1000 sia rilevante per i media e quanto, alcuni destinatari presi a campione, siano dinamici sui social.

L'uscita di questo paper avviene in corrispondenza con le iscrizioni per il prossimo Festival del Fundraising (al 28/02 più di 580 iscrizioni) e con il perfezionamento di una App a supporto dei possibili destinatari, che Europartners sta implementando con il partner tecnologico Top Network SpA (www.topnetwork.it).

Di seguito, si evidenziano i soggetti destinatari selezionati per il campione di indagine social. Il periodo di indagine è stato dal marzo 2018, sino a gennaio 2019.

Volontariato

ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA RICERCA SUL CANCRO
EMERGENCY - ONG ONLUS
MEDICI SENZA FRONTIERE ONLUS
FONDAZIONE PIEMONTESE PER LA RICERCA SUL CANCRO - ONLUS
AIL - ASSOCIAZIONE ITALIANA CONTRO LE LEUCEMIE, LINFOMI E MIELOMA - ONLUS
COMITATO ITALIANO PER L'UNICEF ONLUS
FONDAZIONE DELL'OSPEDALE PEDIATRICO A MEYER ONLUS
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE ASSOCIAZIONI AUSER DI VOLONTARIATO
LEGA DEL FILO D'ORO ONLUS
ASSOCIAZIONI CRISTIANE LAVORATORI ITALIANI - A.C.L.I.
SAVE THE CHILDREN ITALIA ONLUS

¹ Di **Olivier La Rocca** (o.larocca@europartnersnetwork.eu) Supporto Tecnico per la Sentiment. Sphera S.r.l.

² Di **Elena Cucchetto** (e.cucchetto@europartnersnetwork.eu) – **Mauro Fresi** (m.fresi@europartnersnetwork.eu)



FONDAZIONE ANT ITALIA
FONDAZIONE UMBERTO VERONESI
FONDAZIONE TELETHON
MOVIMENTO CRISTIANO LAVORATORI
CONGREGAZIONE CRISTIANA DEI TESTIMONI DI GEOVA
ASSOCIAZIONE RADIO MARIA
ASSOCIAZIONE ITALIANA CELIACHIA ONLUS
E.N.P.A. ENTE NAZIONALE PROTEZIONE ANIMALI ONLUS
FONDAZIONE CITTA' DELLA SPERANZA ONLUS

ASD

ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA BOVALINO CALCIO A CINQUE
FALCONE ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA
ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA 'LIBERI TUTTI'
ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISCA REAL SITO SAN LEUCIO
U.S. ROCCA DI CAPRI LEONE
ASD NO FEAR MARIO DE SIMONE
ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA " SAN DOMENICO SAVIO "
DIAMOND PALESTRE ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISTICA
A.S.D.SPERONE
ASSOCIAZIONE SPORTIVA DILETTANTISITICA E DI PROMOZIONE SOCIALE MERCURY

Ricerca Scientifica

FONDAZIONE ITALIANA SCLEROSI MULTIPLA ONLUS
IRCCS OSPEDALE SAN RAFFAELE
FONDAZIONE IRCCS ISTITUTO NAZIONALE DEI TUMORI
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
UNIVERSITA' CAMPUS BIO-MEDICO DI ROMA
ISTITUTO SCIENTIFICO ROMAGNOLO PER LO STUDIO E LA CURA DEI TUMORI (IRST) SRL IRCCS
FONDAZIONE IRCCS ISTITUTO NEUROLOGICO CARLO BESTA
ISTITUTO DI RICERCHE FARMACOLOGICHE "MARIO NEGRI"
FONDAZIONE HUMANITAS PER LA RICERCA
ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITA' DI BOLOGNA
UNIVERSITA' TELEMATICA PEGASO
POLITECNICO DI MILANO
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE
UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
EUROPEAN BRAIN RESEARCH INSTITUTE (EBRI) "RITA LEVI MONTALCINI"



ISTITUTO TUMORI GIOVANNI PAOLO II DI BARI - I.R.C.C.S.
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA "LA SAPIENZA"
FONDAZIONE SANTA LUCIA
FONDAZIONE ITALIANA DI RICERCA PER LA SLA – SCLEROSI LATERALE AMIOTROFICA
FONDAZIONE IRCCS CA' GRANDA OSPEDALE MAGGIORE POLICLINICO

Ricerca Sanitaria

ISTITUTO EUROPEO DI ONCOLOGIA S.R.L.
ISTITUTO GIANNINA GASLINI
CENTRO DI RIFERIMENTO ONCOLOGICO DI AVIANO
ISTITUTO ONCOLOGICO VENETO
FONDAZIONE DI RELIGIONE E CULTO CASA SOLLIEVO DELLA SOFFERENZA
OSPEDALE BAMBIN GESU' REGIONALE SPECIALIZZATO PEDIATRIA
FONDAZIONE GRIGIONI PER IL MORBO DI PARKINSON
HUMANITAS MIRASOLE S.P.A.
IRCCS AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA SAN MARTINO-IST- ISTITUTO NAZIONALE PER LA RICERCA SUL CANCRO
CENTRO CARDIOLOGICO SPA FONDAZIONE MONZINO IN FORMA ABBREVIATA CENTRO CARDIOLOGICO MONZINO S.P.A.
ISTITUTO ORTOPEDICO RIZZOLI
IST.NAZ. TUMORI G. PASCALE
I.N.M NEUROMED S.R.L.
IRCCS MATERNO INFANTILE BURLO GAROFOLO OSPEDALE DI ALTA SPECIALIZZAZIONE E DI RILIEVO NAZIONALE PER LA SALUTE DELLA DONNA E DEL BAMBINO
ISTITUTI FISIOTERAPICI OSPITALIERI
FONDAZIONE IRCCS POLICLINICO SAN MATTEO
FONDAZIONE STELLA MARIS
SAN RAFFAELE ROMA SRL
AZIENDA OSPEDALE SANTA MARIA NUOVA
POLICLINICO SAN DONATO S.P.A.

Comuni

ROMA
MILANO
TORINO
VALDAGNO
BOLOGNA
VENEZIA
VERONA
GENOVA



NAPOLI

TRIESTE

PALERMO

FIRENZE

CAGLIARI

VICENZA

MODENA

UDINE

BARI

PADOVA

BRESCIA

SASSARI

Le keywords analizzate sono state:

- 5X1000
- Legge 266/2005
- Legge 190/2014
- Importi massimali 5X1000
- Riforma Terzo Settore
- Accreditamento 5X1000
- Tempistiche erogazione del contributo
- Comuni 5X1000
- Rendicontare 5X1000

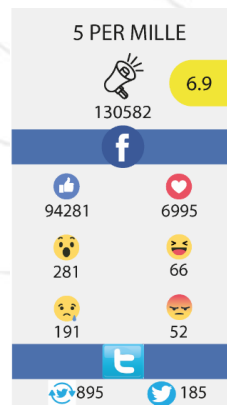


Campione dei dati e sentiment generale

La ricerca in base alle keyword e all'ascolto dei social ha permesso di estrarre relativamente a:

- Facebook, 130.582 post, commenti e reazioni, suddivisi tra le pagine analizzate;
- Twitter, 185 tweet e 895 retweet.

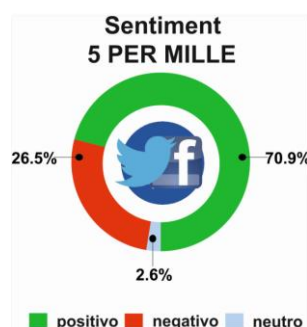
In particolare, dalle pagine Facebook sono stati rilevati, complessivamente, 94.281 like e 6.995 love, come reaction positive a post e commenti; d'altra parte, sono stati osservati 52 angry e 191 sad come reaction negative a post e commenti.



5

Uno degli elementi rilevanti è che per i media selezionati³ per l'analisi, non sono state rilevate discussioni sul 5X1000 o contenenti le keyword utilizzate nell'indagine, nel periodo marzo 2018 – gennaio 2019.

Altro elemento di forte riflessione riguarda il sentiment rispetto al tema. Il dato positivo è pari al 70,9 %, con una **percentuale alta di commenti negativi pari 26,5%** su un tema sensibile e che potrebbe/dovrebbe creare un consenso molto più elevato.



³ Libero, il Post, Il Secolo XIX, Il Mattino, ANSA.it, Fanpage.it, la Repubblica, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, HuffPost Italia, Corriere della Sera, La Stampa, Il Messaggero.it, Il Sole 24 ORE, Il Resto del Carlino, Avvenire, Il Gazzettino, Il Tirreno, Quotidiano.net, Adnkronos, Leonardo.it, Linkiesta.it, Internazionale



Dinamismo differenziato tra tipologie di destinatari

Altro elemento molto interessante riguarda il dinamismo sul tema delle tipologie di destinatari per il 5X1000. Difatti risulta un dinamismo sul tema per ASD e i Comuni quasi nulli. I momenti di attività riguardano aspetti che si collegano alla keyword “comuni 5X1000” e poco prima delle dichiarazione dei redditi.

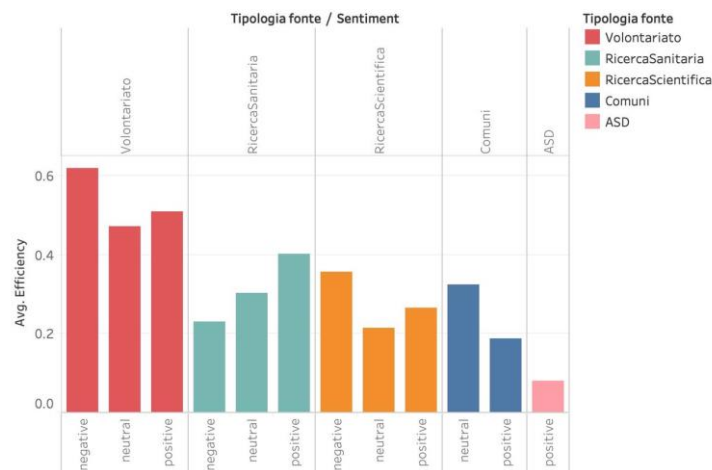
Invece, i destinatari della tipologia “Ricerca Sanitaria” e “Ricerca Scientifica” sono abbastanza attivi, con una forte intensità sul tema “tempistiche erogazione contributi”.

La tipologia “Volontariato” è sempre attiva con picchi nelle vicinanze delle varie dichiarazioni. Inoltre è interessante denotare come il tema prioritario sia “Riforma del Terzo Settore” con in media, per il periodo selezionato, di 501 commenti, reazioni e condivisioni per ogni post o tweet.

Efficienza nella comunicazione esterna rispetto al tema

Le discussioni relative al 5X1000 rilevate sulle pagine dei testimonial di Facebook e sugli account Twitter, sono state elaborate mediante l'analisi dell'efficienza. Per ciascun Testimonial, il punteggio è ottenuto come media dei risultati delle due metodologie utilizzate, una che si focalizza sulla capacità di ridurre le reazioni (in senso ampio) negative e l'altra sulla capacità di generare reazioni (in senso ampio) positive. Punteggi vicini ad 1 indicano una performance (capacità di ciascun testimonial di interloquire con il proprio pubblico) positiva; d'altra parte, valori vicini a 0 indicano una performance negativa. Inoltre, ogni singolo post e tweet è stato classificato sia per tipologia di testimonial che per livello di sentiment (positivo, negativo e neutrale).

efficienza media fb per tipologia di fonte e per sentiment



Rilevante il dato di Facebook, dove è possibile affermare che **le Associazioni di Volontariato, utilizzano in maniera più efficiente i social network per interloquire con il proprio pubblico**, con ottimi risultati soprattutto nella gestione delle discussioni caratterizzate da sentiment negativo e positivo. Livelli inferiori di efficienza si registrano per i testimonial appartenenti alle categorie Ricerca Sanitaria, Ricerca Scientifica e Comuni. Infine, le Associazioni Sportive sono la categoria di testimonial che sfrutta nel modo peggiore i social network per comunicare con la popolazione, raggiungendo bassi valori di efficienza.

