



Campagna 2026



Les Musées Vivants





GRANT AREA

Fundraising AI App

Start Up Innovativa
 STARPLAN

INCUBATORE
IMPRESE
2i3T
UNIVERSITÀ DI TORINO



TOGETHER 

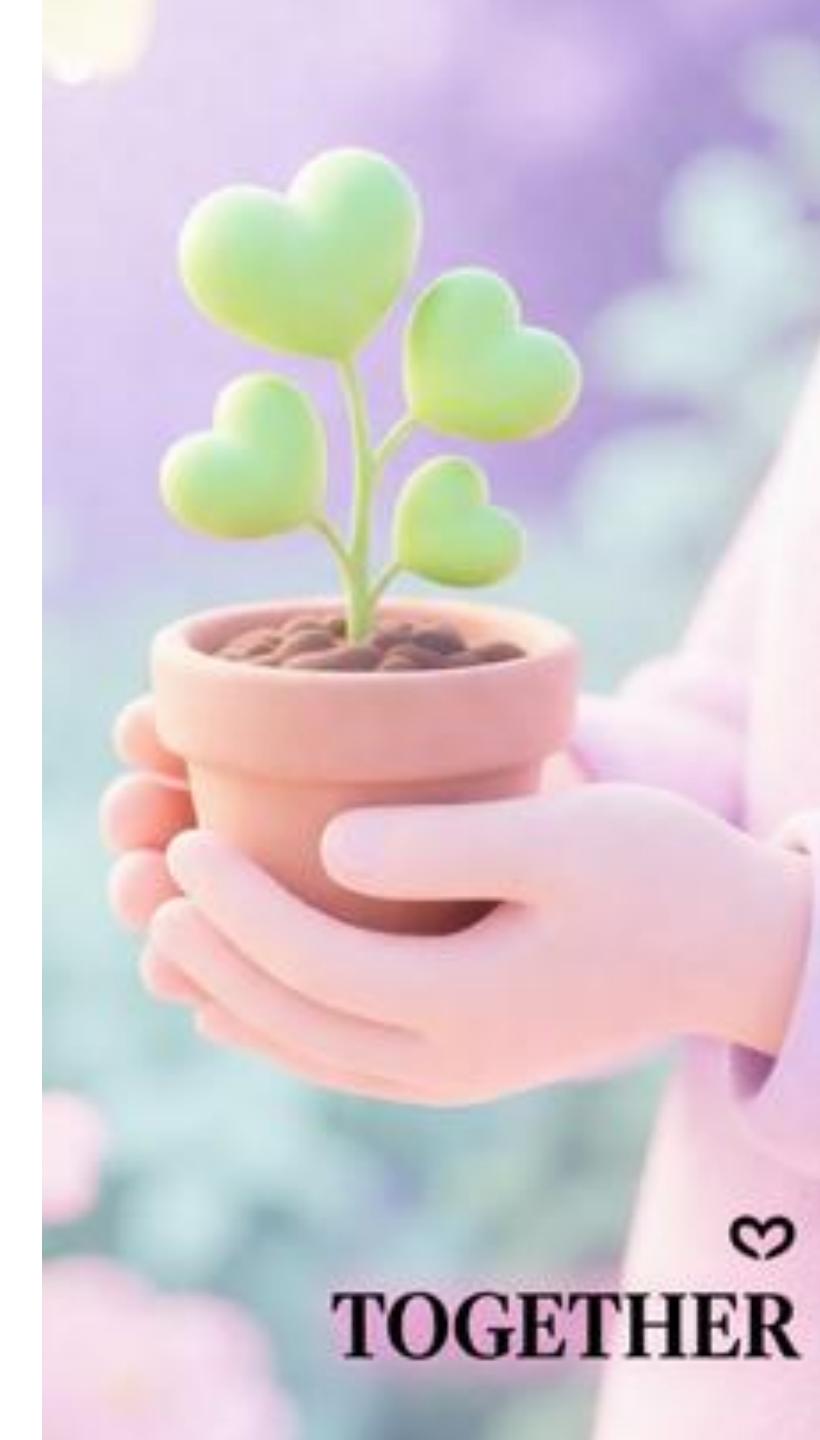


TOGETHER

No Profit Fundraising

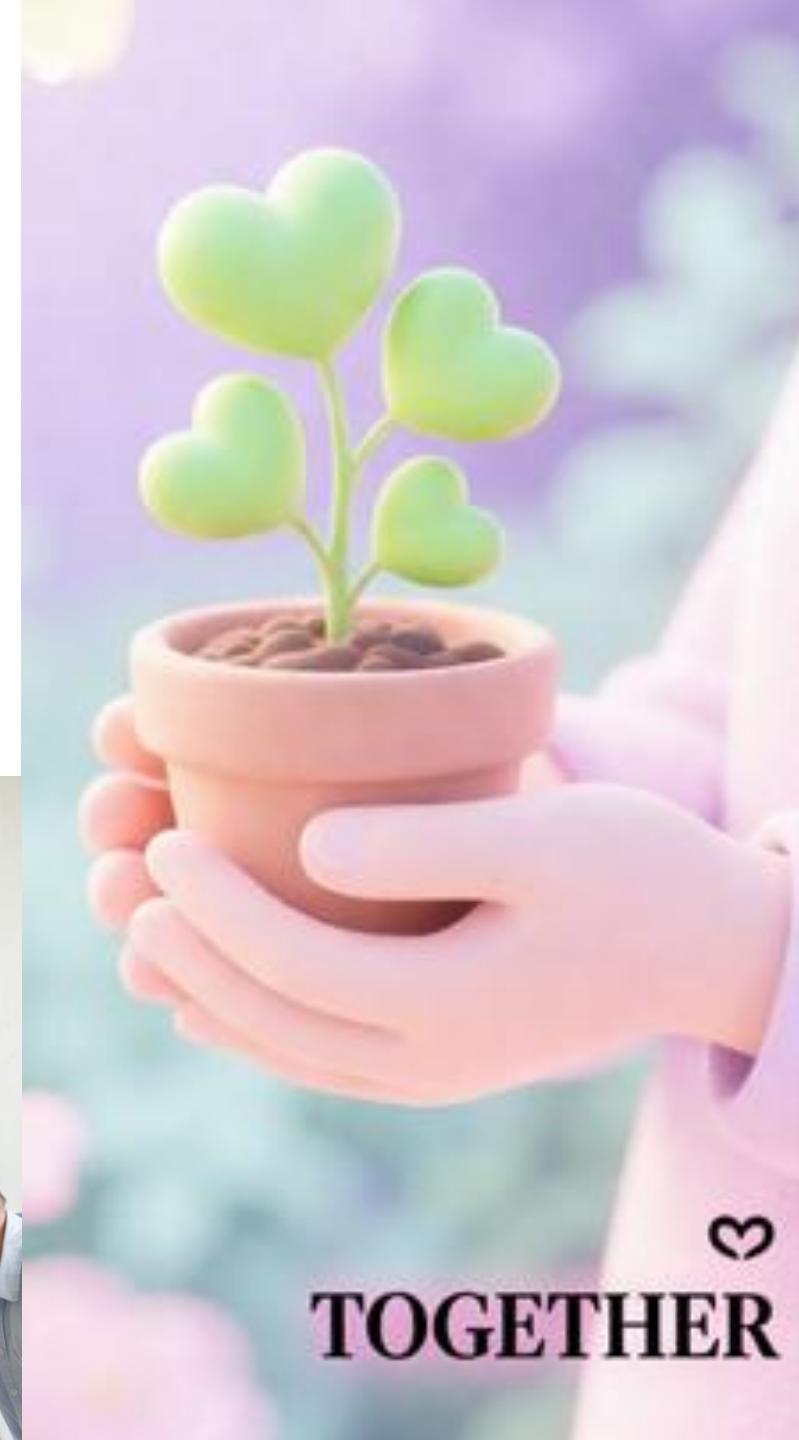
La campagna coinvolge attivamente 3 attori:

- **DONORS:** fondazioni, banche, aziende pubbliche e private donatori pubblici e privati
- **BENEFICIARY:** Enti no profit, Onlus, borse di studio per Università e Scuole, Enti Culturali e dello Spettacolo, Istituzioni Religiose, Istituti di ricerca e/o Centri Ospedalieri.
- **SUPPORTERS:** pubblico partecipante all'iniziativa



DONOR:

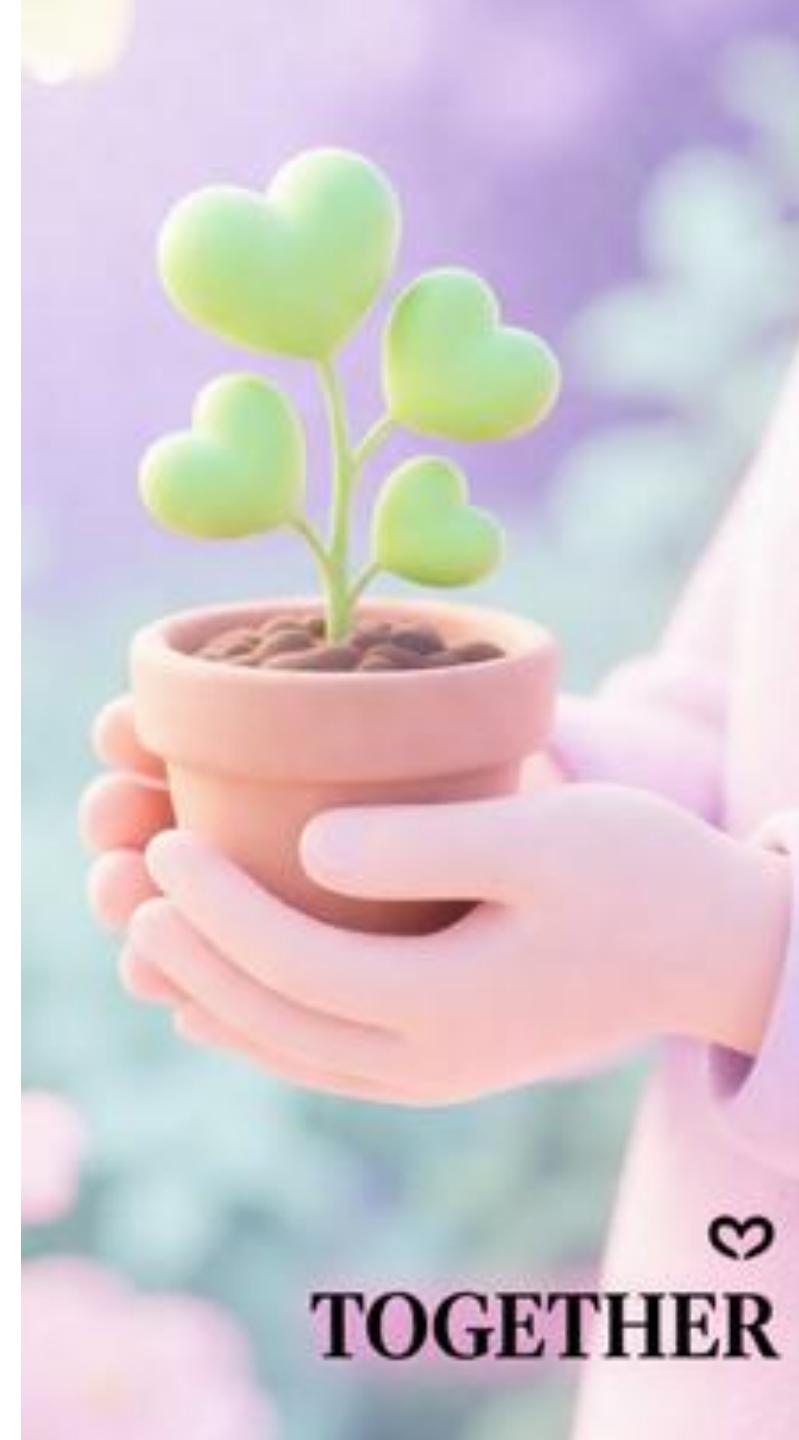
- **registra** il proprio Budget annuale di beneficenza, sulla propria Area DONOR
- seleziona dall'elenco i **BENEFICIARY** di preferenza del proprio budget
- stabilisce l'**importo** delle singole donazioni per ogni **BENEFICIARY**;



MOTIVAZIONI dei DONOR:

- Semplice gestione del proprio Budget annuale di beneficenza,
- Incremento dei contatti e ritorno di immagine
- Maggiore trasparenza nelle donazioni
- Feedback diretto da parte dei SUPPORTERS
- Rendicontazione e certificazione per **Bilancio di Sostenibilità**

Grazie all'Area **GRANT** sempre più Donatori professionali sceglieranno di riallocare parte dei propri budget pubblicitari in **campagne di beneficenza**, considerando le migliori performance in termini direct marketing.



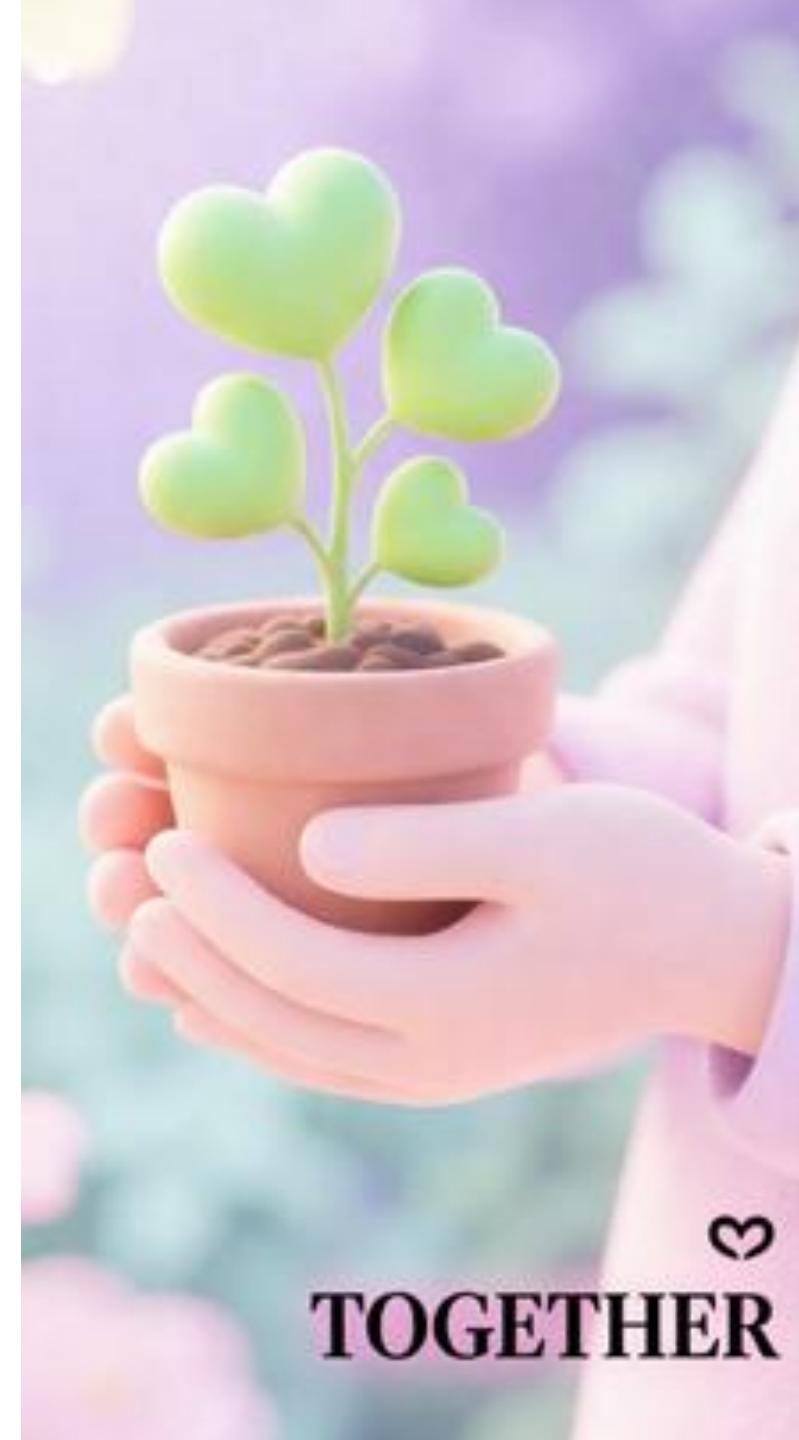
BENEFICIARY:

- Si candida a ricevere i fondi elargiti dai **DONORS** registrandosi gratuitamente sulla piattaforma
- Inserisce le motivazioni ed il budget richiesto
- Seleziona 5 **DONORS** di preferenza dall'elenco



VANTAGGI per il BENEFICIARY:

- I budget sono già disponibili e subito accreditati a seguito della preferenza dei SUPPORTERS
- Il numero di preferenze espresse dai SUPPORTERS certifica l'impatto sociale della propria organizzazione no profit
- Rendicontazione delle donazioni in conformità alle norme fiscali e di trasparenza bancaria
- Nessun costo di campagna: l'importo di donazione è netto, senza commissioni e costi aggiuntivi
- Può da subito accedere a più campagne contemporaneamente e presentarsi a DONORS di alto profilo, ai quali proporre altre iniziative private.



SUPPORTER:

- Esprime le proprie preferenze in merito alle diverse campagne già finanziate dai **DONORS** e sblocca l'accredito dei fondi accantonati ai **BENEFICIARY** supportati.



MOTIVAZIONI del SUPPORTER:

- Esprime e certifica il proprio supporto emozionale alle organizzazioni no profit che sente più vicino.
- La sua preferenza è un importante indicatore per i **DONOR** che condizionerà la scelta dei **BENEFICIARY** delle prossime campagne.
- che aumenta la visibilità delle no profit supportate
- E' più motivato a partecipare con una donazione personale extra alla campagna di raccolta fondi



DONAZIONI = MARKETING EMOZIONALE

Area GRANT trasforma le attività di raccolta fondi in straordinarie campagne di marketing emozionale, creando alti livelli di *engagement emotivo* tra brand e pubblico, utilizzando budget per donazioni.

Nessun altro metodo di Direct Marketing raggiunge risultati simili, facilmente misurabili durante tutta la durata della campagna.

In funzione dei risultati raggiunti i DONORS hanno facoltà di incrementare i propri budget di donazioni.



TOGETHER
♥

PUBBLICITA' VS BENEFICIENZA

I **SUPPORTERS** sono responsabilizzati nel gestire le donazioni alle organizzazioni no-profit con le quali si condividono finalità e responsabilità sociale.

Le organizzazioni no profit sono fortemente motivate a invitare i propri contatti sociali ad esprimere preferenze a proprio favore sulla piattaforma: il solo messaggio di ringraziamento inviato da parte del **DONOR** ad ogni **SUPPORTER** giustifica economicamente la riallocazione di una parte del budget pubblicitario i favore delle donazioni sull'Area **GRANT**.

