

La classifica I&B delle migliori organizzazioni no profit presenti su Facebook

Innova et Bella, società di consulenza strategica, pubblica la ricerca annuale 2011 sulle strategie di social network delle principali organizzazioni no profit.

Per ciascuna organizzazione I&B valuta le migliori strategie di presenza su Facebook, attribuendo alle pagine pubblicate un rating crescente da CCC a AAA in funzione di tre parametri: la qualità e il numero di pratiche relazionali offerte agli utenti Facebook, lo sviluppo interattivo della comunicazione, il numero dei likers iscritti.

La ricerca globale di Innova et Bella sviluppa due distinte classifiche: la classifica internazionale, che considera le pagine internazionali delle principali organizzazioni no profit mondiali, e la classifica italiana, che considera le pagine pubblicate in italiano.

Classifica Internazionale

Al primo posto della classifica internazionale, con rating AAA e oltre 700mila likers, troviamo Greenpeace. L'organizzazione dedita alla salvaguardia dell'ambiente si caratterizza per l'eccellente qualità delle sue pratiche relazionali espresse sia dalla pagina internazionale che dalle molteplici edizioni nazionali. Al secondo posto la pagina di WWF che si distingue per le molte attività interattive e l'originalità di richiesta delle donazioni. Oltre 500.000 sostenitori apprezzano le originali iniziative promozionali quali "Invest in a Gorilla's Paradise" per preservare l'ecosistema dei gorilla o "Send a Turtle to rehab" per garantire cure alle tartarughe. La pagina del MoMa (The Museum of Modern Art), al terzo posto, offre una vasta gamma di pratiche relazionali tra cui sondaggi, votazioni e una pagina di "art sharing" per condividere e segnalare agli amici opere d'arte e di design. I suoi sostenitori sono oltre 600.000. Al quarto posto la pagina di NRDC (Natural Resources Defense Council), organizzazione impegnata a difesa dell'ambiente. Caratterizzata da un'ampia scelta di cause green, sostenibili mediante le svariate opzioni offerte dal negozio virtuale, è sostenuta da oltre 100.000 sostenitori. In quinta posizione la pagina di Sea Shepherd Conservation Society, organizzazione attiva nella conservazione dell'ecosistema marino - di attualità l'impegno in prima linea dell'organizzazione per combattere l'indiscriminata caccia alle balene operata dal Giappone.

Rilevante e significativa anche la pagina della Croce Rossa Americana, in sesta posizione, mentre la pagina della corrispondente internazionale si colloca al quarantunesimo posto della classifica. Al settimo posto, la pagina Unicef si distingue per la vasta e articolata

presenza di iniziative e la notevole estensione internazionale delle pagine dedicate per singola nazione. Troviamo, all'ottavo posto, la pagina di un'altra fondazione culturale, il Solomon R. Guggenheim Museum, caratterizzata dalla presenza di attività interattive riguardanti opere, mostre, e uno speciale invito alla partecipazione al blog dedicato all'arte visiva e alla 'internet culture'. Segnaliamo, al nono posto della classifica la pagina statunitense di Amnesty International, l'associazione impegnata nella tutela dei diritti umani, di cui la corrispondente pagina internazionale si colloca in ventunesima posizione. La decima posizione è occupata dall'organizzazione medico-umanitaria internazionale Doctors Without Borders (Medici Senza Frontiere) attiva in oltre 60 Paesi del mondo, con più di 300 mila sostenitori.

Classifica Italiana

La classifica italiana conferma anche nel nostro paese il primato delle organizzazioni no profit di respiro internazionale. Il rating massimo della tripla A è guadagnato da Greenpeace Italia, Emergency, Airc e Medici Senza Frontiere. Al primo posto, troviamo la pagina di Greenpeace Italia di cui rileviamo l'adozione delle migliori pratiche di relazione già espresse nell'edizione internazionale (livestream, blogs e richieste di partecipazione ad appelli per sostenere diverse cause green), con oltre 100mila likers. Al secondo posto, la pagina dell'organizzazione umanitaria fondata a Milano da Gino Strada. Emergency raccoglie quasi 500mila sostenitori, sviluppando una comunicazione sobria, chiara e trasparente sull'importanza e l'urgenza delle sue attività. L'Airc, l'Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, occupa il terzo posto della classifica con una pagina dettagliata, ben strutturata e accurata, che raccoglie il consenso attivo di quasi 250mila likers. La pagina italiana di Medici Senza Frontiere, si colloca in quarta posizione con un'eccellente informativa e un forte coinvolgimento dei suoi oltre 130mila likers. Sempre con pratiche relazionali di alto profilo, ma al di sotto della soglia dei 100.000 likers necessari per attingere alla terza A, Amnesty International Italia occupa con il rating AAB la quinta posizione della classifica nazionale, anch'essa con una pagina qualitativamente rilevante per l'alto grado di interazione richiesto ai sostenitori attraverso blog, live stream, testimonianze, appelli ed eventi tematici. Al sesto posto, Save the Children Italia, seguito dalla pagina italiana di Unicef, al settimo posto. L'ottava posizione è occupata da Wwf Italia e, al nono posto, troviamo la Fondazione Arena di Verona che, nella classifica nazionale, rappresenta il primo esempio di fondazione culturale. Fondazione Banco

Alimentare Onlus, con la sua rete di aiuti alimentari, si colloca al decimo posto. Segnaliamo, in undicesima posizione la pagina di Agire, l'Agenzia italiana in risposta alle emergenze che coordina alcune tra le più autorevoli organizzazioni senza scopo di lucro presenti in Italia come: Amref e ActionAid. Croce Rossa Italiana è presente nel social network con due pagine, una rappresentativa e una dedicata all'ufficio stampa che si posiziona al trentaduesimo posto.

Di seguito sono riportate in ordine di rating le classifiche, internazionale e nazionale, delle pagine Facebook considerate nell'indagine, e l'approfondimento del rationale della ricerca. Innova et Bella è una società di consulenza strategica. Fondata il 21 giugno 1985, I&B annovera oggi fra i propri clienti imprese, banche, società finanziarie e assicurative, enti pubblici, fondazioni e associazioni no profit, organizzazioni pubbliche e private di ogni nazionalità. Le sue eventuali relazioni professionali con una o più società citate in questo articolo non rappresentano valori economici e/o interessi dominanti o significativi.

Classifica Internazionale

Rank	Organizzazione No profit	Quality	Care	Power	Likers
1	Greenpeace International	A	A	A	746.518
2	WWF	A	A	A	553.059
3	MoMa Museum of Modern Art	A	A	A	640.614
4	NRDC (Natural Resources Defense Council)	A	A	A	143.128
5	Sea Shepherd Conservation Society	A	A	A	191.991
6	American Red Cross	A	A	A	235.239
7	Unicef	A	A	A	740.119
8	Solomon R. Guggenheim Museum	A	A	A	180.159
9	Amnesty International - USA	A	A	A	184.533
10	Doctors Without Borders/Médecins Sans Frontières	A	A	A	364.305
11	Kiva	A	A	A	114.135
12	Tate	A	A	A	142.599
13	Human Rights Campaign	A	A	A	684.906
14	Bill & Melinda Gates Foundation	A	A	A	124.248
15	Save the Children	A	A	A	118.697
16	Sydney Opera House	A	A	B	57.183
17	Environmental Defense Fund	A	A	B	39.982
18	Women for Women International	A	A	B	62.262
19	Ocean Conservancy	A	A	B	24.186
20	Operation Smile	A	A	B	12.996
21	Amnesty International	A	A	B	11.747
22	London Symphony Orchestra	A	A	B	21.030
23	World Food Programme	A	A	B	70.457
24	British Museum	A	A	B	70.952
25	The Getty Museum, Los Angeles	A	A	B	64.762
26	Mercy Corps	A	A	B	21.054
27	Conservation International	A	A	B	50.417
28	Human Rights Watch	A	A	B	83.288
29	Charity: Water	A	A	B	83.336
30	Cystic Fibrosis Foundation	A	A	B	103.185
31	FIDH - International Federation for Human Rights	A	A	C	3.298
32	Cancer Research Institute	A	A	C	7.691
33	William and Flora Hewlett Foundation	A	B	C	641
34	Berliner Philharmoniker	B	A	A	150.702
35	Musée du Louvre	B	A	A	231.698
36	CARE	B	A	B	24.015
37	Save Darfur Coalition	B	A	B	28.992
38	The Metropolitan Opera	B	A	B	86.088
39	Survival International	B	A	B	40.469
40	Centre Pompidou	B	A	B	78.712
41	International Red Cross and Red Crescent Movement	B	A	B	50.529
42	The Breast Cancer Research Foundation	B	A	B	10.294
43	Change.org	B	A	B	18.477
44	FAO	B	A	B	22.778
45	Friends of the Earth International	B	A	C	8.858
46	ClientEarth	B	A	C	4.394
47	Society for International Development SID	B	A	C	1.579
48	Royal Opera House	B	A	C	44.701
49	Polaris Project	B	A	C	5.666
50	Opéra National de Paris	B	A	C	9.250
51	F. L. Wright's Unity Temple Restoration Foundation	B	A	C	396
52	Carnegie Foundation	B	A	C	396
53	Intersos	B	A	C	347
54	Enough Project	B	A	C	5.866
55	Ford Foundation - International Fellowship Program	B	B	C	2.737
56	Worldwatch Institute	B	B	C	2.731
57	Caritas (Internationalis)	B	C	C	3.323
58	IFAW Whale Protection	B	C	C	3.436
59	W.K. Kellogg Foundation	B	C	C	79
60	World Monuments Fund	C	A	C	2.826

Dati aggiornati al 1 febbraio 2011

Classifica Italiana

Rank	Organizzazione No profit	Quality	Care	Power	Likers
1	Greenpeace Italia	A	A	A	120.434
2	Emergency	A	A	A	493.667
3	AIRC - Associazione Italiana per la Ricerca sul cancro	A	A	A	249.257
4	Medici Senza Frontiere	A	A	A	133.832
5	Amnesty International - Italia	A	A	B	53.389
6	Save the Children Italia	A	A	B	24.717
7	Unicef Italia	A	A	B	37.641
8	WWF Italia	A	A	B	47.008
9	(Fondazione) Arena di Verona	A	A	B	23.159
10	Fondazione Banco Alimentare Onlus	A	A	B	12.882
11	Agire - (Agenzia Italiana Risposta Emergenze)	A	A	B	12.724
12	Fondazione Domus De Luna	A	A	B	10.849
13	Fondazione Telethon	A	A	B	15.358
14	Fondazione Exodus	A	A	C	9.506
15	Terre des Hommes Italia	A	A	C	4.821
16	Fondazione "Aiutare i bambini"	A	A	C	3.186
17	Operation Smile - Italia	A	A	C	1.959
18	COOPI - Cooperazione Internazionale	A	A	C	2.076
19	VIS Volontariato Internazionale per lo Sviluppo	A	A	C	4.850
20	AIL - Ass. Italiana Contro le Leucemie e i Linfomi	A	B	B	36.193
21	Associazione Lega del Filo d'Oro - Onlus	A	B	C	4.383
22	Teatro alla Scala	B	A	B	37.634
23	Fai - Fondo Ambiente Italiano	B	A	B	29.729
24	ActionAid Italia	B	A	B	17.637
25	Aido	B	A	B	11.782
26	Fondazione Francesca Rava Onlus	B	A	B	12.011
27	LAV - Lega Italiana Anti Vivisezione	B	A	B	49.577
28	Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer	B	A	B	29.523
29	Oxfam - Italia	B	A	C	2.812
30	SOS - Il Telefono Azzurro Onlus	B	A	C	5.557
31	Fondazione Teatro delle Muse	B	A	C	1.241
32	Ufficio Stampa - Croce Rossa Italiana	B	A	C	9.219
33	Amref Italia	B	A	C	8.270
34	Fondazione Abio Italia Onlus	B	A	C	2.940
35	Legambiente Onlus	B	A	C	5.910
36	Fondazione Giorgio Cini	B	A	C	376
37	LILT Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori	B	B	B	27.089
38	Fondazione L'Albero della Vita	B	B	C	3.539
39	Fondazione per la Ricerca sulla Fibrosi Cistica	B	B	C	5.407
40	Fondazione Enrico Mattei	B	B	C	277
41	Fondazione Umberto Veronesi	B	B	C	5.459
42	IJPU - Lega Italiana Protezione Uccelli	B	B	C	9.670
43	Associazione Trenta Ore per la Vita - Onlus	B	B	C	463
44	Fondazione Querini Stampalia Venezia	B	B	C	1.532
45	Obm Buzzi Onlus	B	B	C	194
46	Fondazione Vodafone Italia	B	C	B	29.902
47	Italian Red Cross - Croce Rossa Italiana	B	C	B	16.282
48	AISA - Associazione It. lotta alle Sindromi Atassiche	B	C	C	3.661
49	Duomo di Firenze - Cattedrale di Santa Maria del Fiore	B	C	C	2.186
50	Comunità San Patignano	B	C	C	3.382
51	Fondazione Ant Italia Onlus (gruppo)	C	A	C	1.645
52	Ospedale Pediatrico Bambino Gesù (gruppo)	C	B	C	2.922
53	Galleria degli Uffizi	C	C	C	8.492
54	Anlaid Onlus (gruppo)	C	C	C	635
55	AVIS - Associazione Volontari Italiani Sangue	C	C	C	4.729
56	AIC - Associazione Italiana Celiachia	C	C	C	2.802
57	Caritas Italiana	C	C	C	181
58	Fondazione Anna Villa e Felice Rusconi Onlus	C	C	C	96
59	Teatro San Carlo di Napoli (community page)	C	C	C	24
60	Comunità di Sant'Egidio (Novara - gruppo)	C	C	C	116

Dati aggiornati al 1 febbraio 2011

LA STRUTTURA DELLA RICERCA I&B FACEBOOK BEST NO PROFIT 2011

1. Il modello di relazione di Facebook e il rating di I&B

- Facebook presenta un modello di relazione consolidato in cui gli attori, e persone fisiche (likers) comunicano fra loro decidendo autonomamente i gradi d'interazione reciprocamente concessi. Su Facebook è possibile costruire una o più pagine ufficiali di impresa / business / prodotti / servizi / applicazioni su cui comunicare con contenuti multimediali la propria immagine e la propria offerta di relazione, attivando un dialogo partecipativo a due vie con il proprio pubblico.
- Innova et Bella analizza le strategie di presenza su Facebook di ogni attore valutando il modello di relazione su tre classi di processi: - Relation Quality: l'adozione delle migliori pratiche di relazione

2.0 - Relation Care: la gestione dinamica del loro aggiornamento - Relation Power: il potere relazionale (n. di likers) A ciascuna pagina è attribuito un rating composto di tre lettere (ex. da AAA a CCC) ciascuna delle quali considera lo stato competitivo di ogni classe.

2. Relation Quality

- **A Relation Quality:** l'organizzazione ha già attivato le migliori pratiche di relazione (sulla sua official page sono identificabili più di tre best practices, valutate tenendo in particolare considerazione le iniziative che sollecitano l'interazione dei fan).
- **B Relation Quality:** l'organizzazione ha cominciato ad attivare le pratiche di relazione (sulla official page sono identificabili 1-3 best practices).
- **C Relation Quality:** l'organizzazione non ha ancora attivato best practices.

3. Relation Care

- **A Relation Care:** l'organizzazione gestisce e aggiorna continuamente le proprie pratiche di relazione (nell'ultimo bimestre gli aggiornamenti significativi hanno frequenza inferiore a 10 giorni).
- **B Relation Care:** l'organizzazione gestisce e aggiorna su basi regolari le proprie pratiche di relazione (nell'ultimo bimestre gli aggiornamenti significativi hanno frequenza inferiore a 30 giorni).
- **C Relation Care:** l'organizzazione gestisce e aggiorna su basi discontinue le proprie pratiche di relazione (nell'ultimo bimestre gli aggiornamenti significativi hanno frequenza superiore a 30 giorni).

4. Relation Power

- **A Relation Power:** l'organizzazione gestisce relazioni con più di 100 mila fan.
- **B Relation Power:** l'organizzazione gestisce relazioni con 10 - 100 mila fan.
- **C Relation Power:** l'organizzazione gestisce relazioni con meno di 10 mila fan.

Innova et Bella è una società di consulenza strategica focalizzata sui processi di innovazione e competizione. Fondata il 21 giugno 1985, I&B annovera oggi fra i propri clienti imprese, banche, società finanziarie e assicurative, enti pubblici, fondazioni e associazioni no profit, organizzazioni pubbliche e private di ogni nazionalità. (Sito internet: www.i-b.com).

INNOVA ET BELLA: PROFILO ISTITUZIONALE

Innova et Bella

Innova et Bella è la società di consulenza strategica focalizzata sui processi di innovazione e competizione.

Il suo nome è composto da due termini latini.

Innova (imperativo del verbo inno(va-re: innovare) e *Bella* (imperativo del verbo bella-re: guerreggiare, competere).

Innovazione e competizione definiscono i valori di Innova et Bella, la sua visione e la sua missione, le sue passioni e le sue competenze, le sue pratiche e i suoi servizi.

Fondata il 21 giugno 1985, I&B annovera oggi fra i propri clienti imprese, banche, società finanziarie e assicurative, enti pubblici, fondazioni e associazioni no profit, organizzazioni pubbliche e private di ogni nazionalità.

Passioni, Competenze, Pratiche e Servizi

Politiche

Visione e scultura degli scenari futuri di mercato. Governo societario e relazioni con i portatori d'interesse. Etica e responsabilità sociale d'impresa.

Strategie

Strategie e pianificazione strategica. Innovazione e sviluppo delle migliori pratiche di mercato. Competizione e sviluppo del confronto competitivo.

Operazioni

Cambiamento e disegno organizzativo. Leadership e sviluppo del personale. Gestione della conoscenza e sviluppo di intranet.

Tattiche

Analisi di mercato e intelligenza competitiva. Marketing, Comunicazione, Vendite e Distribuzione. Relazioni cliente e fidelizzazione.