

# Tweet solidale, ora le campagne sono «social»



*Profitto  
sociale*

**D**a parecchi anni, come modalità di donazione a favore di organizzazioni e progetti di solidarietà, è entrato nelle abitudini degli italiani l'sms solidale. Uno strumento di raccolta fondi dimostratosi agile ed efficace in molteplici occasioni, come per il terremoto che ha colpito nei mesi scorsi l'Emilia Romagna, e che ha potuto farsi conoscere ed essere utilizzato dal grande pubblico grazie all'enorme diffusione raggiunta dai telefoni cellulari nel nostro Paese.

Un po' lo stesso cammino, ora, potrebbe essere seguito da un nuovo strumento di donazione che è stato proposto quest'estate e che conta sulla crescita prepotente avvenuta nel numero degli utilizzatori italiani di social network. In particolare degli utenti di Twitter, che anche da noi sembra ormai attirare l'interesse degli internauti più di Facebook.

La Fondazione Piemontese per la Ricerca sul cancro ha infatti lanciato il "tweet solidale" per sostenere l'attività dell'Istituto oncologico di Candiolo, di cui è proprietaria alle porte di Torino e che è stato finanziato interamente dai 300mila donatori che la fondazione ha coinvolto in 25 anni di impegno. Ma è più preciso chiamarlo #tweetsolidale, perché è questo l'hashtag (cioè la parola chiave, preceduta dal simbolo #) con cui a luglio la fondazione ha avviato la sua prima campagna di raccolta fondi in stile social. Cioè pensata espressamente per gli utenti di Twitter, che si stima siano oggi in Italia intorno ai 3-4 milioni, in rapido aumento soprattutto nell'ultimo anno. Dell'iniziativa si può leggere sullo stesso blog della fondazione ([www.blogfprconlus.it/cam](http://www.blogfprconlus.it/cam)

pagna-tweetsolidale), anch'esso inaugurato da poco, nello scorso mese di giugno.

Il meccanismo è molto semplice e immediatamente comprensibile anche a chi non ha ancora particolare familiarità con Twitter: la fondazione lancia un messaggio, o tweet, dal suo account Twitter (@FPRConlus). Oltre al testo con cui si invita a donare, il messaggio riporta l'hashtag #tweetsolidale e il link alla pagina web di Paypal dove si può poi effettuare una donazione online (anche con carta di credito) per un valore predefinito di 2 euro (come per l'sms solidale).

L'idea è che si può dare sostegno a un progetto o a un'organizzazione non solo, evidentemente, effettuando la donazione, ma anche rilanciando, anzi, ri-twittando il messaggio alla rete dei propri contatti, o "follower", su Twitter, per allargare progressivamente il numero di persone a cui il messaggio stesso può giungere: "È così che la spirale di solidarietà si estende anche sul web", si dice sul blog della fondazione.

Su Twitter hanno quindi iniziato a moltiplicarsi i messaggi che rilanciano l'hashtag #tweetsolidale, in linea con lo spirito di condivisione delle informazioni che caratterizza l'utilizzo di questo social network, che ha festeggiato quest'anno il suo sesto compleanno (è stato lanciato nel 2006). Un modo nuovo, dunque, per promuovere viralmente una campagna di raccolta fondi. Ma anche per contaminare di solidarietà il mondo dei social media, che sta dimostrando di poter rappresentare un grandissimo alleato per gli operatori del non profit e dell'economia sociale.

**Andrea Di Turi**

