

Relazione di gestione 2013

I risultati del 2013 hanno visto una crescita dei proventi derivanti dalla raccolta fondi ed un rilevante innalzamento degli oneri dovuto principalmente all'impegno economico nella ricerca scientifica.

Il 2013 è stato un anno particolarmente intenso per la Fondazione, sia per quanto riguarda la scelta di nuovi impegni strategici nella ricerca scientifica (v. Task Force), in aggiunta a quelli preesistenti, sia per il rafforzamento della collaborazione con le 69 Delegazioni e 47 Gruppi distribuiti sul territorio nazionale.

Nel 2013 sono nate 6 nuove Delegazioni e 11 Gruppi di Sostegno. Con una presenza sempre più accentuata al Centro, al Sud e sulle Isole. La campagna di sensibilizzazione "diventa Volontario FFC" e l'attività sul territorio attraverso le campagne e le iniziative locali portano ad avvicinare sempre più persone che decidono di iscriversi come nuovi volontari ed entrano in contatto con le Delegazioni e i Gruppi per offrire la loro collaborazione. Si conta che le Campagne mobilitino più di 6.000 Volontari.

Le Delegazioni e i Gruppi di Sostegno hanno contribuito in maniera determinante all'adozione diretta dei progetti di ricerca, coprendo l'80% dei Progetti 2013, percentuale in crescita rispetto all'anno precedente. A questa copertura hanno partecipato anche le Associazioni Regionali di LIFC, che hanno adottato per € 113.000 i progetti del 2013, quota corrispondente all'11% dell'importo complessivo adottato.

Se analizziamo la situazione della raccolta fondi di FFC del 2013 e la confrontiamo con quella relativa al 2012, possiamo affermare di essere riusciti a consolidare i risultati con una lieve crescita complessiva, e considerando la congiuntura sfavorevole del panorama economico, addirittura a superare le aspettative di raccolta fondi che ci eravamo prefissi a inizio anno con il piano di fund raising 2013. Abbiamo avviato alcuni progetti di CSR (Corporate Social Responsibility) molto interessanti che si spingono a sviluppare questa metodologia di raccolta nel 2014.

L'analisi che stiamo eseguendo attraverso il nuovo data base NPHelp ci permetterà di valutare come la Fondazione si posiziona rispetto ai donors più generosi delle altre Onlus analizzate e a proporre un piano di raccolta fondi più dettagliato di quello attuale:

Il ruolo della comunicazione nel raggiungimento degli obiettivi di sensibilizzazione ed economici della Fondazione è stato molto rilevante.

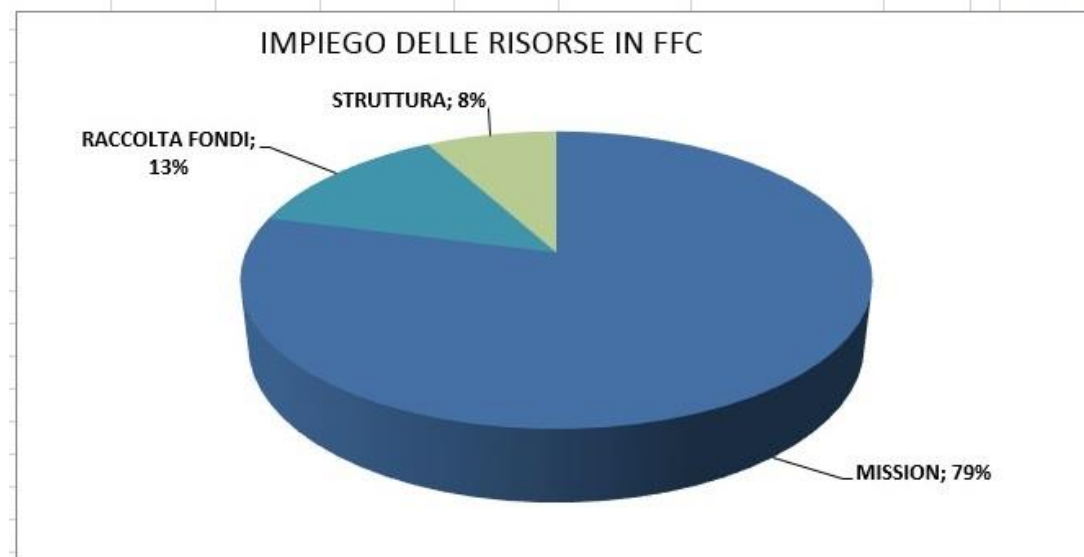
È stato raggiunto l'obiettivo di allargare la conoscenza della malattia della attività della Fondazione attraverso la realizzazione di uno spot con Carlo Verdone, il bike tour di Matteo Marzotto, la distribuzione in Italia ad opera della Fondazione FC del film canadese Foreverland, da proiettare nel 2014 in oltre 20 sale, il potenziamento del sito istituzionale come "Giornale quotidiano FFC" con un incremento del: 40% delle visite negli ultimi due anni.

Il potenziamento di Facebook ha visto la crescita dei fan del 31% rispetto al 2012. Il rafforzamento dell'attività di supporto alle Delegazioni si è concretizzato in un aumento in termini qualitativi e quantitativi del lavoro di sostegno alla comunicazione locale sviluppata dai volontari nel corso di 270 eventi, con la conseguente garanzia di uno standard di diffusione stampa/Tv/Web più omogeneo e più efficace a livello nazionale.

Su queste basi è stato costruito il piano delle attività 2014 e il relativo budget.

IMPIEGO DELLE RISORSE IN FFC

TOTALE ONERI ISTITUZIONALI 2013: RICERCA, FORMAZIONE, INFORMAZIONE (€ 2.259.333)	X 100 =	79%
TOTALE ONERI 2013 (€ 2.896.525)		MISSION
TOTALE ONERI RACCOLTA FONDI 2013 (€ 383.011)	X 100 =	13%
TOTALE ONERI 2013 (€ 2.896.525)		RACCOLTA FONDI
TOTALE ONERI SUPPORTO GENERALE 2013 (€ 245.184)	X 100 =	8%
TOTALE ONERI 2013 (€ 2.896.525)		STRUTTURA



INDICE DI EFFICIENZA DELLA RACCOLTA FONDI

TOTALE ONERI RACCOLTA FONDI 2013 (€ 383.011)	X 100 =	16%
TOTALE PROVENTI RACCOLTA FONDI 2013 (2.191.764 €)		

