



RAPPORTO SOCIALE E RENDICONTO GESTIONALE

SAVE THE DOGS AND OTHER ANIMALS ONLUS ITALIA

2013

Sommario

1. Introduzione
2. Comunicazione & Fundraising
 - 2.1 Attività on-line
 - 2.2 Attività off-line
3. Entrate
 - 3.1 Donazioni
 - 3.2 Quote sociali
 - 3.3 Attività di propaganda
 - 3.4 5x1000
4. Uscite
 - 4.1 Progetti
 - 4.2 Uscite diverse
5. Conclusioni

1. Introduzione

Consolidare la posizione di *Save the Dogs* in Romania e rimettere in equilibrio i conti dell'associazione dopo gli sforzi per realizzare il canile, cercando di portare a termine allo stesso tempo la raccolta fondi per la nuova clinica veterinaria.

E' con queste **priorità** ben presenti che abbiamo lavorato nel corso del 2013 e oggi, ripercorrendo l'anno trascorso, possiamo dire di essere riusciti a mantenere fede a questi propositi.

Anche il 2013 non è stato un anno facile: né dal **punto di vista finanziario** - fino al mese di agosto le donazioni hanno subito un calo (in Italia) davvero allarmante - né da quello **progettuale**, a causa dell'atroce legge "ammazza randagi" approvata ai primi di settembre. La morte a Bucarest di un bimbo di 4 anni, il povero Ionut, ha infatti dato l'opportunità ai politici rumeni di dare quella svolta tanto attesa ad una legge "no kill" che dalla fine del 2008 non era mai stata perfezionata né tantomeno applicata. Così nell'arco di una settimana il Parlamento ha approvato a larga maggioranza **un provvedimento che prevede la soppressione dei cani dopo 14 giorni** e che vieta tassativamente il rilascio degli animali sterilizzati. Le uccisioni sono iniziate ufficialmente solo a gennaio 2014, poco dopo l'approvazione delle norme di attuazione, ma nei mesi precedenti decine di migliaia di cani sono state rastrelate e ammassate nei canili pubblici, morendo di malattie e di stenti ben prima della "puntura" prevista. Una tragedia emotivamente pesante da sopportare non solo per i cittadini rumeni amanti degli animali ma anche per gli operatori dell'associazione, che da settembre seguono la "**contabilità**" dei morti e delle atrocità commesse dentro e fuori dai canili di tutto il paese.

Come sempre accade in questi casi, però, **i riflettori accesi sul massacro dei cani hanno anche ravvivato l'attenzione dei media europei e del pubblico**, dando una nuova visibilità al lavoro di *Save the Dogs*. E' con una certa amarezza che constatiamo la necessità di fatti eclatanti per far sì che la raccolta fondi riprenda forza, ma probabilmente si tratta di un destino che ci accomuna a tutte le altre cause benefiche, da quelle umanitarie a quelle ecologiche. E' difficile infatti far comprendere ai sostenitori la necessità di un impegno continuativo sul territorio e l'emergenza permanente che affrontiamo in Romania: solo di fronte all'ondata emotiva di migliaia di cani massacrati brutalmente il nostro lavoro sembra riacquistare un valore, anche se non va dimenticato che durante questi picchi conquistiamo un certo numero di nuovi e fedeli donatori.

Al di là di queste considerazioni di carattere generale, possiamo **definire il 2013 un anno di svolta per l'associazione**, che è diventata un interlocutore di primissimo piano in Romania e - parallelamente - una realtà con una certa autorevolezza nelle sedi europee grazie alle incrementate attività di lobbying. Entrambi questi aspetti sono il frutto indiretto della nuova gestione di *Save the Dogs and other Animals Romania*, presa in mano da gennaio 2013 dal neo direttore Filippo Agostino ed assai migliorata dal punto di vista della professionalità e dell'organizzazione del lavoro. Ciò ha permesso alla presidente di STD Italia di dedicarsi con maggiore serenità ad altre attività di tipo istituzionale e di lavorare intensamente a nuove partnership straniere.

2. Comunicazione & fundraising

In generale la comunicazione di *Save the Dogs* è sempre stata caratterizzata da uno stile sobrio, per nulla pietistico, orientato all'informazione e - nel caso della nostra rivista - all'approfondimento di temi specifici. Abbiamo cercato di trovare un **equilibrio tra la necessità di denunciare le atrocità che si commettono quotidianamente in Romania e il desiderio di mandare un messaggio positivo** riguardo al nostro lavoro e alle prospettive future. Si tratta di una ricerca difficile che è comunque destinata a scontentare sempre qualcuno, visto che talvolta veniamo considerati troppo morbidi e poco "aggressivi" mentre in altri casi veniamo criticati per le immagini forti che decidiamo di diffondere. L'unico modo per capire se stiamo percorrendo la strada giusta è analizzare con attenzione i risultati delle nostre attività di comunicazione e raccolta fondi, misurabili grazie ad una serie di indicatori oggettivi. Non è quindi escluso che in futuro ci possano essere degli aggiustamenti, ma per il momento riteniamo di aver trovato un nostro stile che ci distingue dalla maggior parte delle associazioni animaliste.

2.1 Attività on-line

Lo spostamento della community di *Save the Dogs* dal sito a *Facebook*, già avviato nel 2012, nel 2013 è diventato un fenomeno "conclamato". Le statistiche ci confermano infatti un ulteriore calo delle visite al sito www.savethedogs.eu, peraltro già molto diminuite nel 2012. Il dato sarebbe stato ancora più negativo se la Romania non fosse tornata alla ribalta nel corso del mese di settembre: senza gli accessi straordinari del trimestre autunnale i dati dei visitatori unici e delle pagine visitate del nostro sito sarebbero stati caratterizzati da un segno negativo.

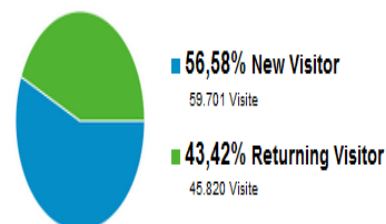
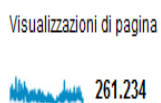
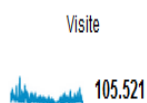
Statistiche sito internet 2012

aprile 2012

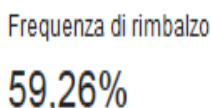
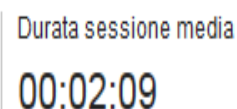
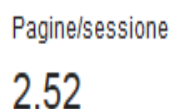
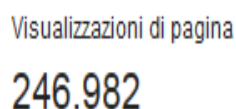
luglio 2012

ottobre 2012

62.102 persone hanno visitato questo sito













Statistiche sito internet 2013



Nonostante l'esposizione mediatica che il nuovo massacro di cani ha avuto, nel 2013 rispetto al 2012 sono diminuite le visite/sessioni (-7.000), sono aumentati lievemente i visitatori unici (+650) mentre è calato in modo considerevole il numero di pagine visitate (-14.000). **Cresce però il numero di nuovi visitatori** rispetto al totale di chi ha navigato nel sito (62%), fatto legato senza dubbio alla scoperta da parte di molte persone della nostra associazione durante i drammatici eventi dell'autunno scorso.

Per quanto riguarda i paesi di provenienza, si mantiene la tendenza negativa per il numero di visitatori italiani, che restano comunque in prima posizione ben distaccati dal secondo paese, la Romania. Quest'ultima invece cresce ogni anno e nel 2013 copre il 10% dei visitatori totali, segno evidente che aumenta l'attenzione dell'opinione pubblica rumena sul tema della protezione degli animali e - con ogni probabilità - anche la penetrazione territoriale di Internet.

2013 – Paesi di provenienza dei visitatori del sito www.savethedogs.eu

Paese/zona ?	Acquisizione			Comportamento		
	Sessioni ? ↓	% nuove sessioni ?	Nuovi utenti ?	Frequenza di rimbalzo ?	Pagine/sessione ?	Durata sessione media ?
	98.041 % del totale: 100,00% (98.041)	62,09% Media sito: 62,02% (0,12%)	60.877 % del totale: 100,12% (60.805)	59,26% Media sito: 59,28% (0,00%)	2,52 Media sito: 2,52 (0,00%)	00:02:09 Media sito: 00:02:09 (0,00%)
1.  Italy	64.235 (65,52%)	58,44%	37.538 (61,66%)	57,66%	2,55	00:02:17
2.  Romania	9.761 (9,96%)	65,68%	6.411 (10,53%)	60,95%	2,67	00:02:38
3.  Sweden	4.216 (4,30%)	55,60%	2.344 (3,85%)	62,22%	2,24	00:01:26
4.  Switzerland	3.390 (3,46%)	51,47%	1.745 (2,87%)	45,28%	3,46	00:02:39
5.  United States	3.297 (3,36%)	93,54%	3.084 (5,07%)	83,65%	1,46	00:00:34
6.  United Kingdom	2.071 (2,11%)	79,04%	1.637 (2,69%)	57,17%	2,58	00:01:48
7.  Netherlands	1.496 (1,53%)	65,51%	980 (1,61%)	55,75%	2,74	00:01:34
8.  Finland	1.381 (1,41%)	60,54%	836 (1,37%)	56,34%	2,64	00:01:53
9.  Germany	1.248 (1,27%)	81,65%	1.019 (1,67%)	61,54%	2,55	00:01:41
10.  France	1.122 (1,14%)	60,07%	674 (1,11%)	65,51%	2,02	00:01:08

Per quanto riguarda gli altri paesi, diminuiscono le visite di quasi tutti tranne quelle provenienti dalla **Svizzera** (da 2.980 visite a 3.390), mentre si registra un lieve aumento per gli **Stati Uniti** e la **Gran Bretagna**. Interessante analizzare la provenienza dei **visitatori rumeni**: la capitale Bucarest resta in testa ma a poca distanza da Costanza, il capoluogo della provincia dove la nostra associazione opera.

Se invece diamo uno sguardo alle principali città e province italiane da cui si collegano i nostri simpatizzanti, la classifica delle prime 10 resta sostanzialmente invariata tranne per il nuovo ingresso di Napoli (con 1.325 visite), che rappresenta un'eccezione per quanto riguarda le città del sud Italia.

Cresce ulteriormente nel 2013 il numero di persone che si è collegato al nostro sito da mobile (smartphone o tablet), con quasi 20.000 sessioni contro le 10.000 dell'anno precedente. Un dato che non stupisce vista la maggiore diffusione di queste tecnologie.

I numeri più interessanti però sono sicuramente quelli relativi a Facebook.

Se nel 2012 la nostra pagina ha visto un incremento del 29% del numero di “Mi piace” (da 16.600 a 21.500), nel 2013 si assiste a partire da settembre ad un picco di nuovi *followers*, in parte legati all'emergenza della legge “ammazza randagi”, in parte conquistati grazie ad alcune inserzioni a pagamento (4 nell'arco dell'anno, per un investimento totale di € 3.900) che hanno permesso di raggiungere un pubblico più vasto. Il 2013 vede perciò **un incremento record del 95% dei “Mi piace”**, che sono passati dai quasi 21.500 del dicembre 2012 ai 42.000 del 31 dicembre 2013. Il pubblico di *Save the Dogs* resta sostanzialmente femminile (77% del totale) con una prevalenza di persone nella fascia di età compresa tra i 25 e i 44 anni, mentre la sua distribuzione nei vari paesi rispecchia più o meno i dati relativi al sito.

Sulla base di questa analisi lo staff di Milano sta lavorando ad una **revisione del sito istituzionale**, che contiamo di rinnovare completamente sia nella grafica che nei contenuti entro il prossimo autunno, mentre *Facebook* continuerà ad essere lo strumento primario di comunicazione e di fundraising online. Nel 2014, inoltre, saremo in grado di quantificare in modo più preciso il numero di **donazioni provenienti da Facebook** e di valutare l'impatto sulla raccolta fondi del social network. Proprio la necessità di potenziare questo importante mezzo di comunicazione (perlopiù gestito dalla presidente) ci ha spinto ad attivare a partire dal mese di dicembre una nuova collaborazione con una persona in grado di stendere in autonomia i contenuti in tre lingue. L'aumento dei “Mi piace” infatti ha portato ad un moltiplicarsi di commenti e si è resa necessaria un'attenta e costante moderazione, vista la spiacevole propensione del popolo di Internet all'insulto e al turpiloquio.

2.2 Attività off-line

Anche nel 2013 abbiamo replicato la tempistica dei **mailing cartacei** degli anni precedenti:

- Mailing soci e 5x1000 (febbraio/marzo)
- STD News edizione primaverile (aprile/maggio)
- STD News edizione autunnale (ottobre/novembre)
- Un mailing ad hoc definito di volta in volta su un target specifico a contatti esterni al nostro database

Ci sembra che 3 invii annuali cartacei ai nostri sostenitori garantiscano una comunicazione efficace con costi accettabili, ampiamente coperti dalle donazioni che ne derivano. Resta comunque sempre valida la possibilità per i destinatari di chiedere la cancellazione degli invii cartacei.

Dal numero di ottobre 2013 abbiamo inaugurato **la versione inglese della nostra rivista** (1.200 copie) vista la partecipazione a molteplici eventi internazionali e la crescita progressiva di sostenitori nei paesi stranieri. È ancora invece in *stand-by* l'idea di un'edizione rumena, che al momento non si giustifica visto il numero irrilevante di donatori in questo paese.

Oltre all'invio della singola rivista, proseguono le spedizioni di pacchi contenenti il nostro materiale informativo destinati a punti vendita o ambulatori veterinari, con lo scopo di far conoscere l'associazione ad un target potenzialmente sensibile. Dai primi dati in nostro possesso - ancora parziali - possiamo dire che i costi per questo tipo di attività sono stati sicuramente recuperati dalle donazioni che ne sono conseguite.

Per quanto riguarda il **mailing specifico**, purtroppo dobbiamo registrare un vero e proprio fallimento della spedizione di 1.000 cartelline ad hoc inviate a 14 strutture ricettive (alberghi e campeggi) del nord Italia. L'iniziativa non ha dato i risultati sperati e verrà abbandonata nel 2014 per lasciare spazio ad un mailing rivolto ai commercialisti di Lombardia ed Emilia-Romagna, al fine di promuovere il 5 x 1000 tra i loro clienti.

3. Entrate

Spesso lo diamo per scontato, ma forse è bene ribadire ancora una volta che **tutte le entrate di Save the Dogs provengono da donazioni di privati, siano essi italiani o stranieri**. Anche i fondi del 5 × 1000 - al di là delle varie teorie secondo cui sarebbe lo Stato Italiano tecnicamente ad erogare il contributo – vanno considerati a nostro avviso frutto della scelta dei cittadini. Ricordiamo ancora una volta che non ci sono fondi statali provenienti dal Ministero degli Esteri a cui la nostra ONLUS possa attingere né tanto meno fondi europei, nonostante siano circolate sulla stampa informazioni secondo cui esisterebbero linee di finanziamento per le attività di sterilizzazione dei randagi. Non ci stancheremo mai di dire che in assenza di una legislazione europea che regolamenti la materia non possono esistere fondi destinati agli animali da compagnia. Se questi fossero disponibili, la nostra associazione sarebbe senza dubbio tra le prime a presentare richieste di sovvenzioni. Tra qualche anno probabilmente le cose cambieranno, tanto più che è appena stato approvato un provvedimento a Bruxelles nell'ambito della nuova Legge di Salute Animale che prevede **l'identificazione tramite microchippatura di tutti i cani con e senza padrone nella UE**. Ciò ci fa dire che almeno sull'acquisto dei microchip probabilmente potremo attingere presto a fondi comunitari, ma fino a quel giorno continueremo a dipendere solo ed unicamente dalla generosità di migliaia di persone che credono nel nostro operato.

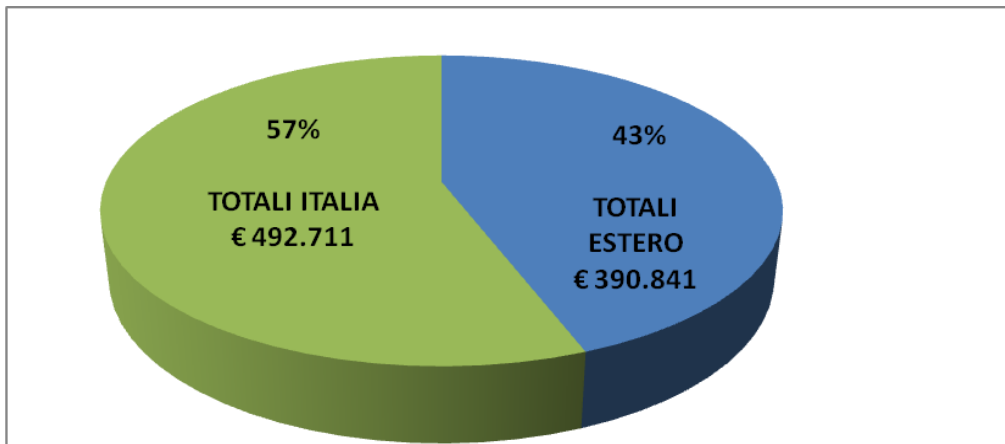
3.1 Donazioni

Se il 2012 è stato *l'annus horribilis* per *Save the Dogs*, come per buona parte del no profit italiano, **il 2013 torna ad essere un anno di segno positivo**. Le donazioni complessivamente crescono di circa € 72.000, un incremento dovuto per € 28.000 a maggiori contributi provenienti dall'Italia e per € 44.000 a quelli dall'estero. A questo proposito si nota dal grafico (sotto) che la percentuale di donazioni estere è ulteriormente aumentata toccando il 46% del totale, con un +3% rispetto al 2012. Ci avviciniamo sempre di più ad una situazione in cui la vita di *Save the Dogs* dipende per il 50% dall'Italia e per il rimanente 50% dal resto del mondo. Il dato per certi aspetti è positivo: è bene infatti diversificare la provenienza dei fondi affinché fattori contingenti (come le congiunture economiche negative o altri eventi di attualità in un paese specifico) non determinino un crollo delle entrate per l'associazione.

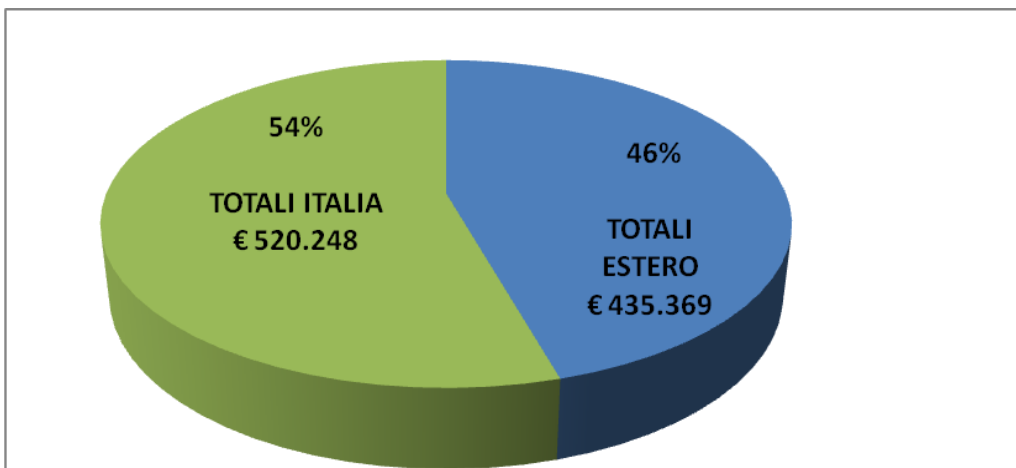
L'ulteriore incremento di donazioni dall'estero va senza ombra di dubbio ricollegato all'acquisizione di alcuni nuovi partner stranieri, come la fondazione svizzera Susy Utzinger e l'austriaca *Animal Care Austria*, che da sole hanno contribuito con € 16.955. Queste *new entries* sono il segno che **Save the Dogs è un partner affidabile, che accanto ad una forte operatività sul territorio è in grado di dare conto dei fondi ricevuti in modo sistematico e trasparente**. Ci sembra di poter dire senza peccare di presunzione che queste partnership portano benefici ad entrambe le parti, grazie all'ottima reputazione dell'associazione a livello internazionale.

Rispetto al totale delle donazioni dall'estero, i contributi provenienti dai nostri partner rappresentano il 65%, mentre il rimanente 35% deriva da donatori raggiunti principalmente tramite le attività on-line.

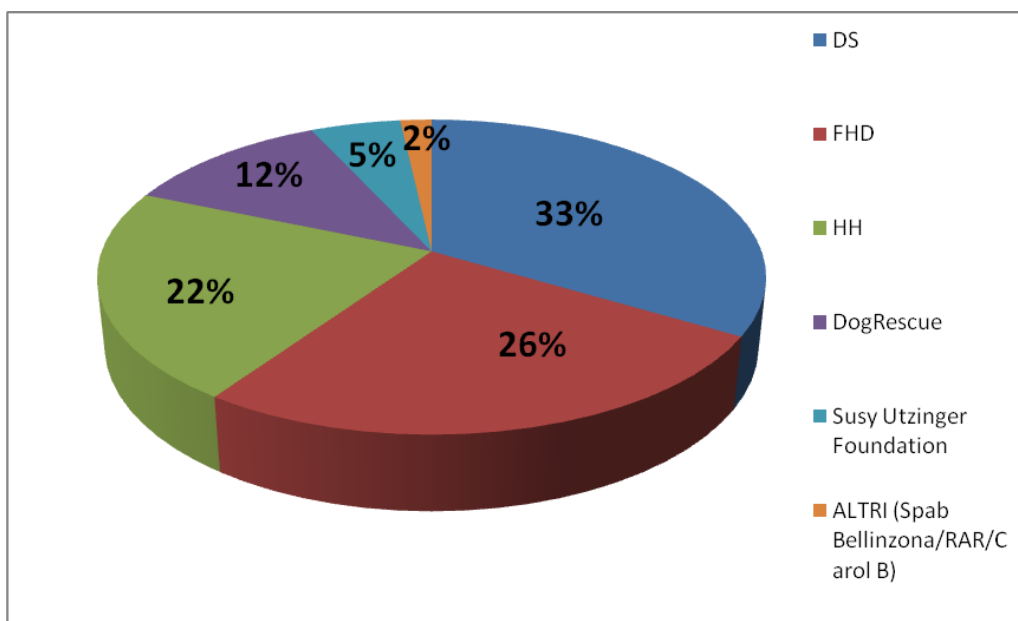
Totale donazioni 2012: € 883.552



Totale donazioni 2013: € 955.616



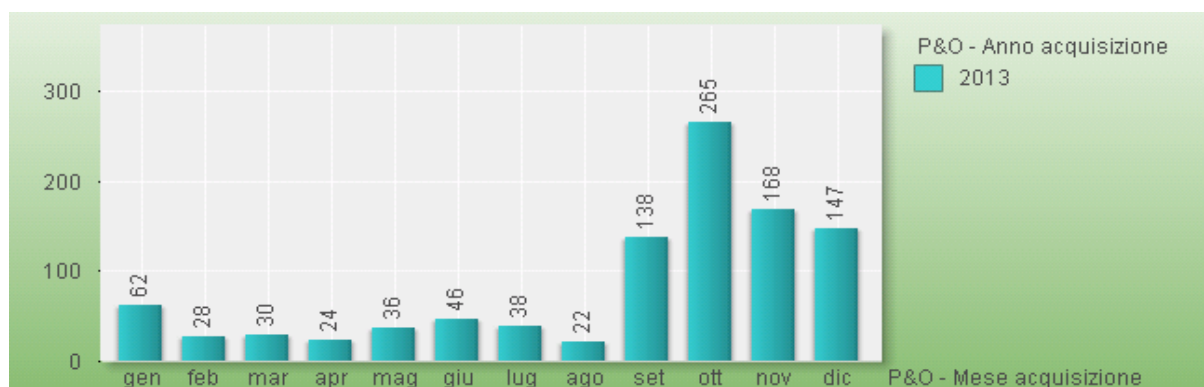
Totale contributo partners stranieri 2013: € 283.233



Va segnalato che lo scorso settembre abbiamo interrotto in modo definitivo i rapporti con l'associazione svedese *Dog Rescue*, rinunciando non solo ad una fetta importante di donazioni ma anche a numerose adozioni in questo paese. Purtroppo il comportamento della presidente e di alcuni membri del direttivo (sia nei confronti dei propri soci ma anche nei confronti di *Save the Dogs*, con messaggi di tipo razzista promossi su *Facebook* e un linguaggio violento) ci ha spinto ad allontanarci da un'associazione sempre più opaca anche nella gestione dei fondi. È stata una scelta difficile ma meditata e riteniamo che nel medio-lungo periodo la nostra coerenza ci ripagherà del danno che nell'immediato tale decisione ha portato.

Diamo ora un'occhiata ad alcuni **indicatori significativi** per capire che cosa sta succedendo nel mondo dei nostri sostenitori:

- si conferma assolutamente strategica la **delegazione svizzera** guidata in modo instancabile da Claudia De Palma. Dopo l'aumento del 30% registrato nel 2012 rispetto al 2011, nel 2013 il dato cresce ulteriormente con una raccolta complessiva (incluse le donazioni provenienti dal canile di Bellinzona) di **€ 101.500**, mentre l'anno precedente si era fermata a € 72.180 (uno straordinario +30%).
- Risalgono le offerte dal **Principato di Monaco** (da € 25.800 a € 45.370) ma solo grazie ad un lascito testamentario di € 20.000.
- **I nuovi nominativi** inseriti in database sono stati 1.672. Il 60% di questi ha fatto almeno una donazione nel corso dell'anno (1.004), una percentuale aumentata rispetto al 2012, quando solo il 42% dei nuovi contatti è diventato donatore attivo. Come si vede dal grafico sottostante, il boom di contatti è avvenuto a partire da settembre, con un picco nel mese di ottobre.

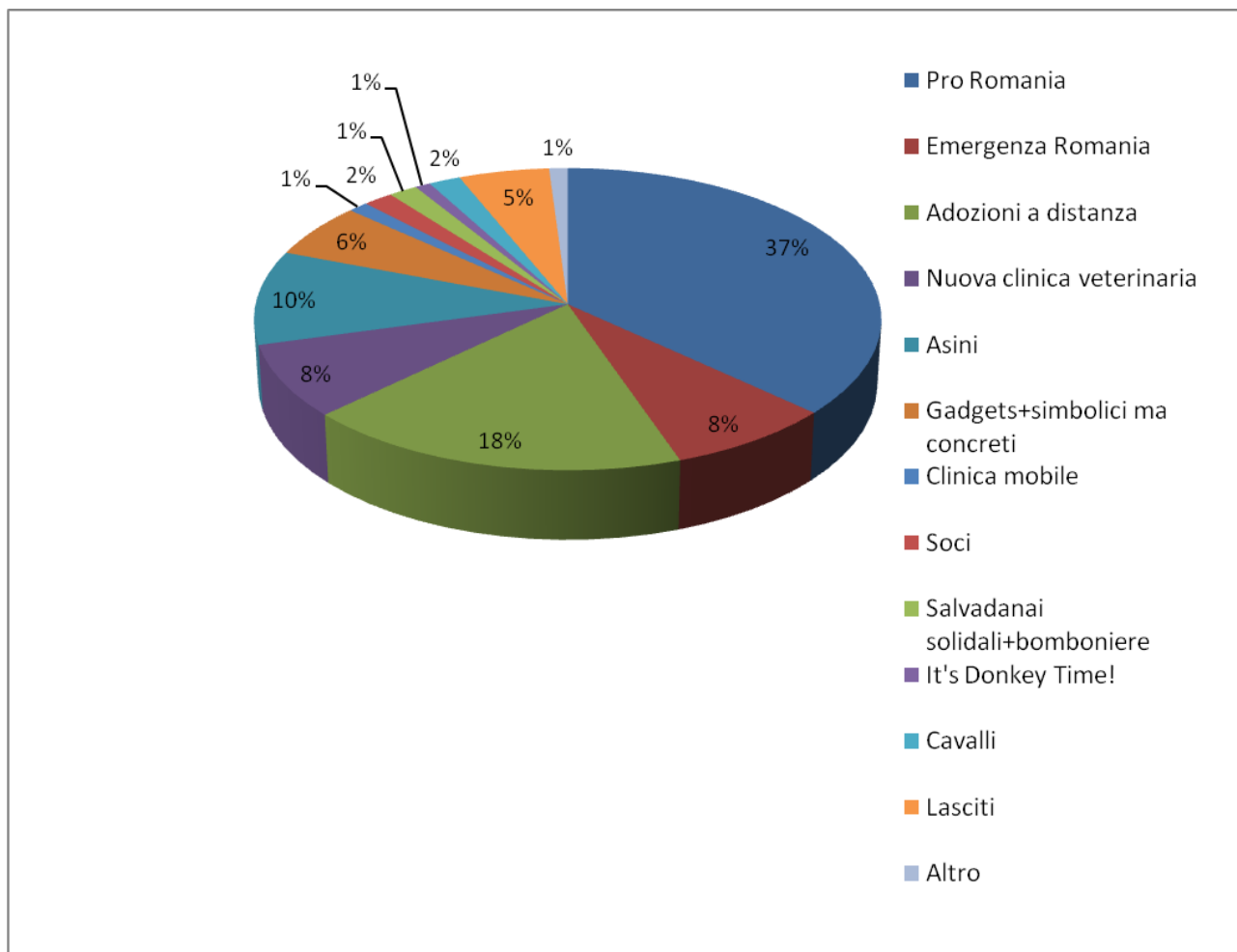


- La **donazione media** dei privati (esclusi i contributi dei partners) ha visto un lieve incremento passando da € 76 nel 2012 a € 82 nel 2013.
- Hanno fatto **almeno una donazione nel corso dell'anno** 3.451 persone (erano 3.106 nel 2012).

Per quanto riguarda le causali di maggior successo, prevale ancora la **donazione generica** a favore dell'intervento in Romania (€ 347.120 pari al 37%), seguita a ruota dalle **adozioni a distanza**, che rappresentano il 18% delle entrate (siamo passati dai € 164.000 ai € 171.465 del 2013, con 907 adottanti totali contro gli 837 dell'anno precedente). Ci teniamo a sottolineare il fatto che Selena Delfino, che gestisce da sola questa attività, ha dovuto farsi carico nel 2013 anche del lavoro di Simona Spadavecchia (a casa in maternità), riuscendo a mantenere i numeri del passato pur avendo meno tempo a disposizione da dedicare alle adozioni a distanza. Fa la sua apparizione la causale "emergenza Romania" (€ 74.140, l'8%), creata nel periodo immediatamente successivo all'approvazione della nuova legge per indicare la campagna specifica fatta on-line durante l'autunno. Restano invariate sia dal punto di vista percentuale che

da quello della somma erogata i nostri **gadget** (6% delle causali), che hanno portato all'associazione € 60.800, una cifra pressoché identica a quella del 2012. Dobbiamo però specificare che le vendite sono andate molto male fino all'emergenza del mese di settembre e solo la campagna natalizia ci ha permesso di risollevarne questa voce. Grande successo invece per i nostri **salvadanai solidali**, moltiplicatisi grazie ad un articolo su STD News e alla mobilitazione dei nostri volontari. La raccolta attraverso questo strumento fa un balzo in avanti passando da € 5.500 a € 9.800.

Suddivisione delle causali nel 2013



Tra le causali fa il suo ingresso nel 2013 quella dei **lasciti testamentari**, che rappresentano il 5% delle donazioni totali (€ 48.400). Visti gli studi che sottolineano l'importanza dei lasciti quale fonte strategica di entrate per le associazioni no profit, abbiamo deciso di dedicare a questo argomento un ampio spazio sull'ultimo numero della nostra rivista (primavera 2014). Inoltre è probabile che l'anno prossimo venga sviluppata una campagna di comunicazione specifica per far conoscere ai donatori questo strumento così prezioso per lo sviluppo dell'associazione e dei suoi progetti.

Per quanto riguarda il **flusso di cassa**, mediamente ogni mese sono entrati € 57.000 provenienti da donazioni di privati e € 22.000 provenienti dai nostri partners. Per la prima volta abbiamo assistito ad un vero e proprio tracollo nel mese di maggio, con soli € 22.600, un dato più basso addirittura di agosto (€ 32.300), da sempre il meno florido per l'associazione. Non siamo riusciti a spiegarci questo piccolo negativo se non con la congiuntura economica generale.

Va detto che nel 2013 – a causa dei debiti accumulati nel 2012 per la costruzione del canile - abbiamo utilizzato il fido di cassa di € 40.000 attivo sul conto del Credito Valtellinese fino al mese di agosto, mentre da settembre i drammatici fatti in Romania hanno riportato in attivo i conti di *Save the Dogs*, consentendoci di non fare più ricorso al fido, da allora inutilizzato. Sarà interessante capire se nel corso del 2014 l'assenza di fatti eclatanti determinerà una nuova contrazione delle donazioni o se l'allargamento della base dei sostenitori ci consentirà di mantenere questo livello di entrate. Si tratterà di una valutazione fondamentale per capire su quali risorse possiamo fare affidamento basandoci unicamente sulle nostre attività di comunicazione e raccolta fondi, senza contare su fattori esterni legati all'attualità.

3.2 Quote sociali

Calano vertiginosamente le iscrizioni a Socio, che passano da 668 a 505 (-24%). Abbiamo cercato di comprendere le ragioni di questa diminuzione e l'ipotesi che abbiamo fatto è che la nostra campagna di comunicazione possa non aver convinto i sostenitori, essendo stata caratterizzata da un tono estremamente positivo e dall'inserimento della componente "umana" nella creatività. L'anno prossimo valuteremo l'impatto della campagna Socio 2014 per cercare di capire se questa tendenza negativa venga o meno confermata. In tal caso rivedremo tutta la strategia di comunicazione modificando in modo drastico la grafica e i contenuti del mailing cartaceo.

3.3 Attività di propaganda

Nulla di rilevante da segnalare sotto la voce "eventi", tenuto conto che la maternità di Simona ci ha costretto a ridurre ai minimi termini questo genere di attività. Le entrate totali provenienti da **banchetti** o altre iniziative ammontano a **€ 9.870** e rappresentano una voce marginale rispetto alle entrate complessive dell'associazione. D'altronde l'esperienza ci ha insegnato che le energie necessarie per la buona riuscita di questi appuntamenti non vengono mai ricompensate da entrate proporzionali, motivo per cui in futuro potenzieremo il fundraising "classico" e manterremo un profilo basso per quanto riguarda feste e manifestazioni, cercando allo stesso tempo di non demotivare i nostri sostenitori.

3.4 5x1000

Per il primo anno il 5 × 1000 ha subito una battuta d'arresto. Il dato ci ha colto di sorpresa e - è inutile nascondere - ci ha alquanto amareggiato, probabilmente perché per la prima volta in sei anni dalla nascita di questo provvedimento subiamo un calo delle preferenze.

Anno	Preferenze	Cifra	% Preferenze
2006	1.509	€ 42.966,52	-
2007	2.044	€ 71.477,11	+66
2008	2.367	€ 89.386,65	+25
2009	2.924	€ 105.024,46	+17
2010	4.680	€ 129.715,74	+23
2011	5.041	€ 138.372,70	+8
2012	4.767	€ 135.934,53	-6

La perdita economica è stata tutto sommato esigua, visto che **a circa 300 preferenze perse corrispondono solo € 2.500 in meno** (circa € 10 a persona). Inoltre, a causa del tetto imposto dal Governo - che nel 2012 è

stato di 400 milioni di euro - ci è stata sottratta un'ulteriore "fetta" di contributi. Detto questo, resta comunque il fatto che si tratta di un segnale preoccupante che ci costringe ad interrogarci sulle cause di questo improvviso arretramento. Dopo un'attenta analisi, siamo giunte alla conclusione che si sia trattato di un **calo legato a due emergenze animaliste che hanno monopolizzato il 2012**, e cioè la chiusura dell'allevamento Green Hill e le uccisioni dei randagi nell'ambito degli Europei di calcio in Ucraina. Solo così riusciamo a spiegarci il fatto che tutte le maggiori associazioni animaliste italiane siano cresciute durante lo stesso anno e che solo *Save the Dogs* abbia avuto un segno negativo.

Siamo peraltro consapevoli che esiste un'**oscillazione fisiologica** delle preferenze dovuta al fatto che i cittadini tendono ad alternare nella propria scelta un'associazione animalista all'altra, ma una perdita del 6% rappresenta comunque un segnale di allarme che potremo spiegare meglio solo analizzando il dato del 2013 e del 2014. Solo così potremo comprendere se si è trattato davvero di un arretramento legato all'attualità o se esista un vero e proprio fenomeno di disaffezione alla causa di *Save the Dogs*. In questo caso sarà fondamentale rivedere - come nel caso della campagna Soci, peraltro legata a quella del 5x1000 trattandosi di un unico mailing - lo stile di comunicazione e sperimentare nuove forme di linguaggio, per evitare perlomeno la perdita di preferenze e mantenere la posizione di tutto rispetto conquistata sino ad oggi.

Al di là di questa analisi per certi aspetti deludente, ***Save the Dogs* resta la quinta associazione animalista italiana per numero di preferenze e la 164° nella lista generale di tutte le associazioni italiane ONLUS e di volontariato, su 34.580 enti no profit beneficiari del 5 x 1000.**

4. USCITE

4.1 Progetti

Dopo gli sforzi titanici del 2012 per poter realizzare il nuovo rifugio di Cernavoda, nel 2013 il sostegno di STD Italia alla filiale rumena si è limitato a garantire la copertura delle spese correnti (asestatesi su € 55.000 mensili) e a coprire alcuni investimenti di minore entità (un furgone, una nuova stalla, un trailer per i cavalli e due apparecchiature per analisi mediche, totale € 61.000). Peraltro, grazie alla rete di contatti con associazioni italiane e straniere, pressoché **tutti gli investimenti del 2013 sono stati coperti da sponsorizzazioni o raccolte fondi mirate**, senza pesare quindi sulle donazioni per la copertura delle spese correnti.

Per un'analisi dettagliata dei costi e dei risultati dei progetti in Romania rimandiamo come sempre i soci all'ampia relazione del Direttore di STD Romania Filippo Agostino e ci limitiamo a segnalare che **le entrate in Romania sono passate dal 2,5% al 4%**, grazie ad alcune convenzioni stipulate con enti pubblici e privati. Resta ininfluyente la raccolta fondi da privati e aziende, spiegabile con la scarsa propensione al dono dei rumeni abbienti, con le limitate possibilità economiche dei rumeni sensibili al tema dei diritti animali e la percezione generale che STD sia un'associazione "ricca", che può contare (a quanto pare senza fatica!) su ingenti fondi stranieri. Ecco dunque che molti cittadini propensi a donare preferiscono sostenere realtà più piccole o singoli attivisti meno strutturati ma apparentemente in maggiore difficoltà economica. Resta di fatto limitata, a nostro avviso, la capacità di cogliere l'impatto di un progetto integrato e di percepire la differenza da micro interventi assolutamente lodevoli ma di nessuna efficacia in un'ottica generale di contrasto al randagismo.

Rispetto al finanziamento di progetti specifici, si osserva come **la clinica mobile e il programma educativo** abbiano subito entrambi un calo significativo sul fronte delle donazioni (addirittura nel secondo caso un vero e proprio azzeramento), a riprova dello scarso interesse che sembra circondare questo genere di

attività, probabilmente troppo poco stimolanti dal punto di vista emotivo per i nostri donatori. Precisiamo che i fondi per la clinica mobile che sono stati inviati in Romania verranno quasi interamente utilizzati nel corso del 2014 a causa del drastico ridimensionamento di questo progetto nel 2013 dovuto alle ristrettezze economiche dell'associazione fino al mese di settembre. Nonostante lo scarso successo della raccolta fondi di queste causali, riteniamo che la clinica mobile e la presenza nelle scuole siano **elementi strategici per la mission di STD**. Per questa ragione continueremo a rafforzare tali attività a prescindere dal riscontro che avremo in termini di fundraising.

Relativamente alle altre spese legate alla voce *Progetti*, si nota un **calo sostanziale della spesa per l'acquisto di beni diversi**, dovuto al prevalente reperimento in loco in Romania di attrezzature che necessitano di assistenza tecnica qualificata (come i due apparecchi per le analisi acquisiti nel corso dell'anno e confluiti sotto la voce "investimenti" nel bilancio rumeno). Le cifre relative alle adozioni **internazionali** (trasporto aereo e trasporto via terra) sono falsate da un intervento chirurgico incluso nel costo del 2012 e da un'errata imputazione del commercialista nel costo per il trasporto via terra dello stesso anno. Ricordiamo che i voli aerei dei cani sono pagati perlopiù da STD Romania (oltre € 65.000) e solo in piccola parte da STD Italia (€ 1.700, pari al costo delle pratiche di sdoganamento all'aeroporto di Linate). Resta invariato il quantitativo di materiale inviato in Romania dalla sede di Milano (6,6 tonnellate a fronte delle 6,5 dell'anno precedente), fermo restando che non riusciamo a dare un valore alla merce che viene spedita (materiale sanitario, attrezzature generiche, abbigliamento per lo staff, peluche per i bambini delle scuole etc.) e che la spesa per il trasporto è sostenuta dalla filiale rumena.

4.2 Uscite diverse

Questo capitolo comprende tutte quelle spese che vengono sostenute in Italia per promuovere i progetti, comunicare con i sostenitori e gestire dal punto di vista amministrativo le entrate e le uscite. Una mole di lavoro enorme di cui a volte facciamo fatica a far percepire l'entità ai nostri simpatizzanti, ma da cui dipende interamente il successo della raccolta fondi e il sostegno continuativo alla filiale in Romania.

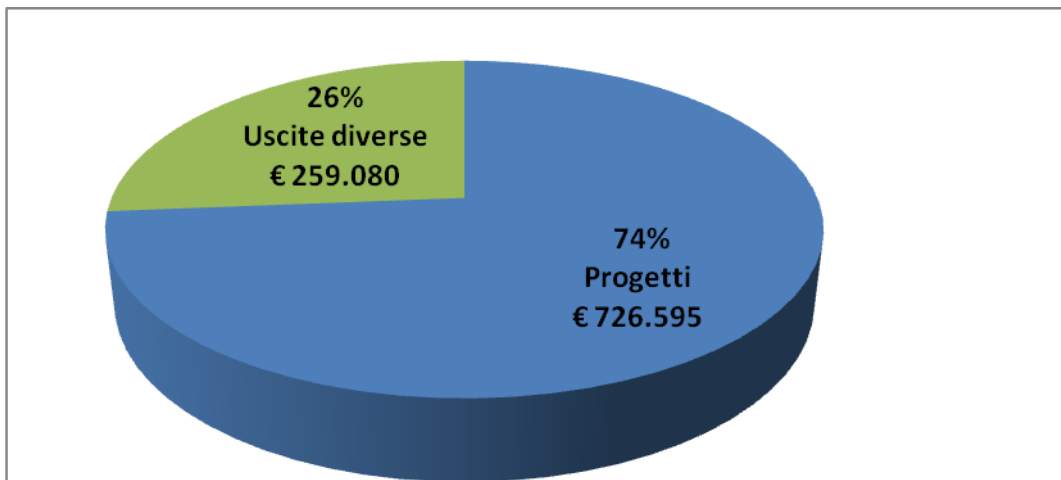
Nel complesso **le Uscite Diverse del 2013 diminuiscono del 6,6%** (- € 18.370) grazie a minori spese nelle categorie *Utenze, Personale e Spese Amministrative*. La sensibile riduzione della voce *Personale* è dovuta alla maternità di Simona che - per mancanza di fondi - non è stata sostituita. Si sono invece ridistribuiti i compiti tra i vari membri dello staff e la presidente e solo nel mese di dicembre è stato attivato un nuovo contratto a progetto con Raluca Lungu. Oltre a seguire i lavori della coalizione con WSPA e *Carodog* (nata ad ottobre 2013 e purtroppo bruscamente interrottasi nell'aprile 2014), Raluca ha successivamente preso in carico anche l'attività di stesura dei testi per *Facebook* e per il sito nelle tre lingue.

Si contraggono dunque rispetto al 2012 i Costi di Struttura mentre si dilatano in modo mirato quelli della *Campagna Soci, 5 x 1000 e Promozione dei Progetti*. In quest'ultima voce abbiamo incluso tutte quelle attività di comunicazione al di fuori della campagna soci e 5 x 1000, come la stampa e spedizione del nostro semestrale STD News e la produzione di materiale per la filiale rumena. Inoltre l'anno scorso abbiamo aggiunto alcune azioni mirate quali la produzione di un **video istituzionale** (c.a. € 860) girato in Romania da Aldo Pavan, con l'intento di far conoscere la nostra associazione ad un pubblico più vasto. Aldo è successivamente tornato in Romania a spese di Raidue per ampliare il lavoro fatto nel mese di maggio e girare un reportage di 12 minuti complessivi andato in onda a febbraio 2014 all'interno del programma "Cronache animali".

Ci teniamo a sottolineare ancora una volta che - compatibilmente con le risorse disponibili - **l'investimento nella comunicazione** dovrà crescere in futuro per permettere all'associazione di raggiungere una platea più ampia di amanti degli animali e di incrementare la raccolta fondi in Italia, in evidente affanno. Se da un lato esistono alcuni parametri economici che ci permettono di misurare il ritorno di queste campagne nel breve periodo, non dobbiamo dimenticare che spesso i frutti della "semina" si raccolgono a distanza di tempo, magari con un'improvvisa donazione importante o un lascito testamentario. Una cosa è certa: come insegnano i guru americani del fundraising come Dan Pallotta, solo superando un'idea obsoleta di terzo settore potremo raccogliere i fondi indispensabili per cambiare davvero il mondo ed è nostra intenzione non farci condizionare dai luoghi comuni assai diffusi, purtroppo, nell'opinione pubblica.

Anche quest'anno la maggior parte dei fondi è stata utilizzata per i *Progetti*, mentre le *Spese diverse* sono rimaste ben al di sotto del 30% indicato in passato dalla defunta Agenzia delle Onlus come limite virtuoso per le spese delle associazioni no profit. Ci teniamo a mettere in evidenza il fatto che € 75.000 sul totale di € 259.000 è stato impiegato per promuovere la raccolta fondi, e cioè per quella "semina" di cui abbiamo parlato in precedenza.

Totale uscite 2013: € 985.675



5. CONCLUSIONI

Il 2013 rappresenta per *Save the Dogs* una battuta d'arresto rispetto alla crescita costante dei precedenti 7 anni. Se infatti analizziamo con attenzione il dato relativo alla raccolta fondi, apparentemente in crescita, ci rendiamo conto che senza l'approvazione della legge "ammazza randagi" il 2013 sarebbe stato un vero e proprio bagno di sangue per l'associazione. A questo aspetto si aggiunge il **trend negativo** delle quote socio e delle preferenze per il 5 x 1000, anch'esso una novità assoluta nella storia di *Save the Dogs*. Solo dopo una valutazione dell'andamento del 2014 potremo capire se tale flessione è causata da un calo di interesse nei confronti della nostra causa o dalla congiuntura economica negativa che permane, soprattutto in Italia. E' dunque prematuro trarre delle conclusioni sia in un senso che nell'altro, e anche per un'eventuale revisione della strategia di comunicazione dovremo attendere la fine del 2014, che peraltro dai numeri finora disponibili non sembra promettere nulla di buono. D'altronde la scelta di non inseguire emergenze animaliste in giro per il mondo, sfruttando eventi drammatici con sole finalità di raccolta fondi ma senza alcuna progettualità, sicuramente non "paga" nel breve periodo. Ci auguriamo che i nostri sostenitori apprezzino **la coerenza e la serietà con cui portiamo avanti gli interventi in Romania**, con un'unica evidente finalità: il bene degli animali di quel paese.

Tutto ciò condiziona anche la costruzione della nuova clinica veterinaria, per realizzare la quale sarà indispensabile avere comunque dei fondi a garanzia delle spese correnti e di eventuali costi extra per un'opera molto impegnativa. La speranza è che un **lascito testamentario** possa dare ossigeno alle finanze dell'associazione e che – allo stesso tempo – termini la stagnazione economica.

Resta comunque innegabile che *Save the Dogs* ha consolidato la propria reputazione e il network di contatti internazionali, istituzionali e non. Forse si tratta solamente di "tenere duro" in attesa che i frutti di questo impegno quotidiano maturino.

Sara Turetta
Presidente