



act:ionaid

“Drop it, una goccia cambia tutto”: al via la nuova campagna di fundraising ActionAid Italia ideata da H-FARM Digital Marketing

Con la nuova campagna di raccolta fondi Drop it, ActionAid Italia parla ai millennials, i nuovi donatori di oggi e ancor più di domani, che vengono invitati a dare un contributo, grande o piccolo, partendo dal concetto che “ogni goccia fa la differenza”. Ideata e sviluppata da H-FARM Digital Marketing, “Drop it” valorizza la forza e l’importanza delle donazioni singole di ciascun individuo, grazie ad uno stile comunicativo studiato ad hoc per raggiungere l’obiettivo e adatto al pubblico dei più giovani.

Portare acqua potabile dove non è disponibile: nasce con questo obiettivo [Drop it](#), la nuova campagna di fundraising di **ActionAid Italia**.

Attraverso la partnership con [H-FARM Digital Marketing](#), ActionAid Italia ha lanciato un nuovo format per arrivare a un pubblico attento ed esigente come quello composto dai millennials, che si sta affermando come ingaggiato e vicino a tematiche sociali ed anche disposto a donare davanti a cause urgenti e universali.

Partendo dall’analisi del loro mondo e delle loro attitudini, il progetto si sviluppa con una strategia che punta su uno **stile positivo, fresco e autentico**, che mette al centro il target, parla il suo linguaggio, e fa un proposta di fundraising in cui riconoscersi.

I millennials e le donazioni

I giovani e i millennials sono spesso poco coinvolti nelle raccolte fondi: non amano legarsi a progetti a lungo termine e considerano fondamentale vedere il “risultato finale” di qualsiasi attività che li riguardi. In tempo di Covid, però, hanno mostrato di essere disposti a donare per delle cause che sentono urgenti e vicine.

Per questo motivo, H-FARM Digital Marketing ha analizzato le loro abitudini, sviluppando una proposta nuova per ActionAid: **l’avvio di un modello di fundraising** che permette di donare e di fidelizzarsi passo dopo passo in un crescendo di coinvolgimento.

Con una donazione di 10 euro, infatti, ognuno può iniziare a sostenere il progetto mettendo a disposizione la “goccia che cambia tutto”, anche attraverso sistemi di pagamento rapidi, molto in uso tra i Millennials, come **PayPal** e **Satispay** oppure scegliendo la via del Facebook Fundraising.

Non solo. Drop it prevede il sostegno dei donatori per la **realizzazione di singoli progetti** che vengono gradualmente sviluppati e definiti in un breve lasso di tempo: in questo modo ognuno può seguire i traguardi raggiunti grazie a ogni singolo contributo.

Lo sviluppo della strategia di comunicazione

Oltre al contributo sulla tipologia di raccolta fondi ActionAid Italia ha apprezzato lo sviluppo dell'intera proposta creata dal **team di H-FARM Digital Marketing**. Innanzitutto, l'elaborazione del **concept**: la goccia protagonista della campagna è, infatti, la metafora da cui ha preso forma il progetto, sviluppato con canoni linguistici e visivi studiati ad hoc per il target millennials.

“Drop it. Una goccia cambia tutto” è un invito e un incoraggiamento: valorizza la forza delle donazioni singole di ciascuno di noi e spinge i millennials a superare la paura di non riuscire fare abbastanza per cambiare le cose. Infatti, una sola goccia contribuisce ad un grande cambiamento e, goccia dopo goccia, diventa parte di un vero e proprio movimento.

Sviluppando quest'idea, H-FARM Digital Marketing ha affiancato ActionAid nell'ideazione della creatività disegnando il **logo e i materiali della campagna** e realizzando un **video** che trasmette il messaggio in modo immediato, esaltandone la positività.

Codice linguistico e mood visivo della campagna rispondono alle best practice dei formati mobile e alle esigenze di una comunicazione semplice e diretta in relazione al target di riferimento.

Lo stesso stile è stato seguito anche per la fase di acquisition sviluppata attraverso un'attività di **marketing automation**, che ha permesso di gestire con efficienza i flussi di comunicazione, diversificando i messaggi con journey personalizzati a seconda dei comportamenti di risposta dei singoli utenti contattati.

Dice **Raffaella Lebano, Vice Segretario Generale ActionAid** *“Il tema dell'acqua è molto caro ad ActionAid perché l'acqua è il primo indicatore del cambiamento climatico che a sua volta ha il potere di accentuare ulteriormente le disuguaglianze. Per questo ActionAid invita i millennials a mettersi al suo fianco in questa sfida. Le nuove generazioni sanno bene che “non esiste un pianeta B”, questo pianeta è l'unico che rimarrà loro in eredità. Sono consapevoli della necessità di interventi seri e globali e sono pronti a contribuire al cambiamento. Per questo ActionAid in questa occasione si rivolge a loro.”*

H-FARM

H-FARM è la piattaforma d'innovazione in grado di supportare la creazione di nuovi modelli d'impresa e la trasformazione ed educazione dei giovani e delle aziende italiane in un'ottica digitale. Fondata nel gennaio 2005 come primo incubatore di startup al mondo, ha saputo rinnovarsi e adattarsi alle esigenze di mercato senza mai perdere di vista i valori portanti che stanno nel cogliere le opportunità indotte dall'innovazione digitale e nel mantenere un approccio Human centric. Oggi è l'unica realtà al mondo che unisce in un unico luogo investimenti, servizi per le imprese e formazione. Strutturata come un campus, alle porte di Venezia, H-FARM si estende su 51 ettari, di cui 30 di area boschiva ed è il più importante polo di innovazione in Europa. Conta oltre 600 persone distribuite sul territorio italiano ed è considerata un unicum a livello internazionale.

H-FARM Digital Marketing

Con sede a Milano, H-FARM Digital Marketing fa parte della piattaforma di innovazione H-FARM e si compone di un centinaio di figure altamente specializzate che operano nel marketing a 360° con particolare attenzione all'innovazione digitale. Attraverso un approccio fortemente votato all'innovazione e il know how nel digital marketing maturato nel tempo, la struttura propone un'offerta di servizi che intercetta tutti i touchpoint della customer experience digitale.