

WECONOMY

A CURA DI Vita (www.vita.it)

Il social network che aiuta le Onlus

Come fa un ragazzo tipo Andrea Vanini, bergamasco di 26 anni, faccino pulito, laurea in Bocconi e capacità di maneggiare bene numeri e business plan, a mettersi a disposizione di una realtà non profit per fare volontariato? «Con due amici, Enrico - 29 anni - e Simone - 31, programmatore - finiti gli studi ci siamo fatti questa domanda. E, gira gira, abbiamo scoperto che sul web non c'era nulla che presentasse su un'unica piattaforma web il "bisogno di volontari" delle decine di migliaia di Onp italiane. Così, una cosa del genere ce la siamo inventata».

Senza alcuna retorica da startupper emergente, parte da qui l'avventura imprenditoriale, ma rigorosamente non profit, di uidu.org (translitterazione dell'inglese *We do*, "noi facciamo"), una sorta di Fursquare delle realtà non profit. Una piattaforma web per la geolocalizzazione delle Onp, che attraverso questo unico punto di contatto diventano visibili e virtualmente accessibili. Si mettono in vetrina per potenziali volontari, ma anche (per esempio) per potenziali donatori.

«La prima cosa che abbiamo notato quando, alla fine del 2012, abbiamo strutturato il progetto, è stata l'incredibile frammentazione di questo settore, che si traduce - per chi non lo conosce, ma magari vorrebbe avvicinarsi - in grande confusione». Punto di forza, la geolocalizzazione. «Pur essendo entrati in questo mondo da profani, ci siamo accorti che non era solo il momento di fare rete tra organizzazioni, e tra organizzazioni e potenziali volontari o sostenitori, ma la cosa importante era iniziare a fare rete sul territorio. Dare un riferimento geografico forte, perché al di là di quello che è il mondo virtuale,

le relazioni oggi sono sempre più relazioni di prossimità».

La prima versione della piattaforma è andata online nel dicembre 2012. Ora, a metà settembre, forte delle sue oltre 650 non profit già coinvolte, uidu.org entrerà in una sorta di "fase 2", con una proposta di servizi evoluti alle non profit, soprattutto medio-piccole, «dove non sempre c'è una persona dedicata a seguire la parte web i social, i database informatici gli strumenti di raccolta fondi online». Servizi forniti a pagamento, che dovrebbero costituire il meccanismo di sostenibilità economica del progetto «Abbiamo capito in fretta che fare start-up nel settore non profit significa non pensare a quelle performance incredibili di cui si sente parlare nella Silicon Valley, gioiellini che all'improvviso valgono miliardi. Il nostro è un tipo di impresa che cresce lentamente, ma - ci auguriamo - con costanza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit

01 | CHI È

Andrea Vanini, 26 anni, bergamasco, ha una laurea in Economia conseguita alla Bocconi.

02 | CHE COSA FA

Durante gli anni di studio ha effettuato ricerche sul ruolo dei social network nel determinare l'attrattività delle organizzazioni non profit. Un tema che ha messo a frutto e da cui è partito per lanciare, insieme a tre amici, la sua start-up: uidu.org, una sorta di social network delle realtà non profit.

