



Dagli eventi digitali agli ologrammi di Freddy Mercury e Maradona

Fondazione Cannavaro Ferrara: la tecnologia scende in campo per la solidarietà

Stefania Avallone, Marketing Director di Fondazione Cannavaro Ferrara: “Abbiamo colto il richiamo dell’innovazione tecnologica, sviluppando diversi progetti, per raggiungere i nostri obiettivi sociali, raccogliere fondi e aiutare migliaia di persone”.

La fondazione

La Fondazione Cannavaro Ferrara nasce nel 2005 grazie alle sinergie delle famiglie Cannavaro e Ferrara, i fratelli Fabio e Paolo e Ciro e Vincenzo. L’obiettivo è di fornire un concreto sostegno alla città di Napoli, loro città d’origine. La FCF agisce per la risoluzione delle criticità legate al territorio, contribuendo a contrastare varie forme di disagio minorile e le difficoltà delle famiglie meno agiate. I progetti sociali si focalizzano su diversi ambiti di intervento: sport e aggregazione, formazione al lavoro, salute, riqualificazione di spazi. La Fondazione organizza eventi di raccolta fondi per aiutare le famiglie e i ragazzi più bisognosi dell’area metropolitana di Napoli. I numeri: 66 progetti sociali sostenuti, 13mila giovani beneficiari, 100 eventi di raccolta organizzati, oltre 3,1 milioni di euro raccolti.

L’idea in breve

Negli ultimi due anni, per riuscire nell’intento di raccogliere fondi da destinare ai progetti che la fondazione finanzia sul territorio, la FCF ha iniziato a utilizzare le tecnologie. La spinta a innovare è nata nel 2020, per supportare attività che durante la pandemia sembravano impossibili da realizzare. Durante quell’anno, sono stati organizzati eventi virtuali, aste digitali e una tombola in streaming. Finita l’emergenza, la fondazione ha continuato ad innovare attraverso i nuovi strumenti di comunicazione, riconoscendone l’utilità e il valore per raggiungere gli obiettivi sociali. Insieme a diversi partner, tra i quali Unikey, ha organizzato un evento con ologrammi, ha sviluppato l’ologramma del suo logo e una sala riunioni nel metaverso.



Le iniziative durante la pandemia

Per raccogliere fondi, la Fondazione ha sempre organizzato numerosi eventi dal vivo. Con la pandemia, all'improvviso, tutto si blocca: le iniziative in presenza devono essere sospese. FCF trova la soluzione sul web, con il contributo di diversi partner. Il 15 aprile 2020 ventinove calciatori decidono di mettere all'asta una maglia a loro appartenuta. FCF organizza aste digitali sulla piattaforma Charity Stars. Ciro Ferrara dona la sua maglia di Maradona, che un procuratore sportivo si aggiudica per 55mila euro. La raccolta totale sfiora i 100mila euro. A dicembre 2020, la fondazione organizza la tombola di Natale, interamente in streaming, e una maratona di solidarietà digitale, "Je sto vicino a te", con numerosi ospiti – Gigi d'Alessio, Salvatore Esposito, Antonino Cannavacciuolo, Massimiliano Rosolino, Vincenzo Salemme, Clementino – tutti collegati da posti diversi. È un successo: le visualizzazioni sono oltre 50mila e l'evento permette di raccogliere soldi e derrate alimentari per la Mensa del Carmine (che durante la pandemia è passata dal servire 100 pasti al giorno a 1000). FCF riesce così ad aiutare oltre 5000 famiglie bisognose.

La tecnologia per raggiungere obiettivi sociali

Dopo la pandemia, la Fondazione decide di sviluppare nuovi progetti innovativi e tecnologici, in collaborazione con l'azienda di software Unikey. Il partner, con Metaword, ha creato (e donato) l'ologramma del logo della fondazione, che potrebbe diventare un NFT o un gadget alternativo a quelli fisici. Il 23 giugno 2022, nel corso di un grande evento organizzato a Napoli, FCF stupisce la platea con personaggi olografici: sul palco si succedono gli ologrammi di Freddie Mercury, che esegue un vero e proprio miniconcerto, di Michael Jackson e di Diego Armando Maradona, impegnato nei suoi palleggi. Oggi è in fase di produzione anche una sala riunioni nel metaverso: il tavolo è un campo da calcio con Ciro Ferrara, Paolo e Fabio Cannavaro che giocano. Destinata in fase di test a uso interno, potrebbe essere estesa anche a donatori, follower e partner per contribuire alla missione sociale della Fondazione.

Benefici

La Fondazione Cannavaro Ferrara ha avuto l'intuizione di utilizzare la tecnologia a vantaggio degli scopi sociali della fondazione. Con l'evento del 23 giugno, sono stati raccolti 70 mila euro destinati a finanziare il progetto di umanizzazione delle sale radiologiche dell'ospedale pediatrico Pausilipon di Napoli. Le tecnologie olografiche hanno permesso di creare uno show emozionante e ancora, in futuro, permetteranno di coinvolgere sempre più partner, sponsor e potenziali donatori. Aprendosi a progetti innovativi, la fondazione è riuscita nel suo intento di continuare a raccogliere fondi, attraverso gli eventi digitali, anche durante la pandemia, e far conoscere a un maggior numero di persone i propri progetti.