

biblioteche	11
sistemi bibliotecari	7
Reti "Città che legge"	5

Personale formato	385
Personale impegnato nei progetti di raccolta fondi	90
funzioni o incarichi di fundraising creati	11

Soggetti assistiti	23
• hanno attivato o realizzato campagne	11
• non hanno ancora attivato campagne	12

Campagne oggetto della raccolta fondi	27
• Campagne concluse	6
• Campagne in corso	9
• Campagne di prossimo avvio	12

Tipologia delle campagne di raccolta fondi	
Membership (bibliocard)	6
Art Bonus	14
• Numero progetti relativi a campagne Art Bonus	48
Eventi	7

Prima del progetto Biblio Raising erano solo 4 i soggetti che utilizzavano l'Art Bonus e solo 2 con risultati economici soddisfacenti

Totale obiettivi economici delle 15 campagne avviate o concluse	895.000 €*
Soldi raccolti (al 1° trimestre 2019)	300.000 €*

* la sola Campagna Art Bonus delle Civiche Torinesi ha un obiettivo di 735.000 €. Se si esclude questo caso la percentuale di raggiungimento degli obiettivi economici è del 70%. In 5 casi l'obiettivo è stato già raggiunto o addirittura superato

Campagne che vedono il coinvolgimento degli utenti della biblioteca come donatori	12
- Bibliocard/membership	
- Partecipanti ad eventi	
- altre forme di raccolta in biblioteca	
Campagne che vedono la partecipazione attiva di volontari e partner nelle attività di fundraising	15
• Associazione "Amici di..."; gruppi di lettura, altre associazioni, partner, volontari	

1 euro investito dal Cepell in ogni biblioteca o rete ha prodotto ad oggi un valore economico di **8,5 euro** contando solo le campagne concluse o che sono in fase di raccolta



In alcuni casi il ritorno è stato di 12, 15 o anche 20 euro raccolti per 1 euro investito. Complessivamente l'investimento di Cepell su tutto il programma – in termini di soldi raccolti dalle biblioteche e dagli altri soggetti, è stato ampiamente ripagato