



CENSIMENTI PERMANENTI ISTITUZIONI NON PROFIT

Istituto Italiano Donazioni

Noi doniamo

Presentazione del IV Rapporto sul Dono in Italia

La raccolta fondi delle istituzioni non profit

Sabrina Stoppiello

Obiettivo: approfondire, alla luce dei dati rilevati dall'Istat nell'ambito del censimento permanente delle istituzioni non profit (2015), gli aspetti connessi alle attività di **raccolta fondi** realizzate dalle istituzioni non profit italiane, delineando le caratteristiche principali delle istituzioni non profit che (nel 2015) hanno svolto attività di raccolta fondi e delle istituzioni che hanno ricevuto donazioni, lasciti e contributi a titolo gratuito.

Fonti dati

- Censimento permanente delle istituzioni non profit (2015)*: approfondimenti tematici specifici
- Registro statistico delle istituzioni non profit (2018): dati di struttura, aggiornati annualmente

***Campione:** rappresentativo delle principali caratteristiche delle INP: territorio, attività svolta, risorse umane impiegate

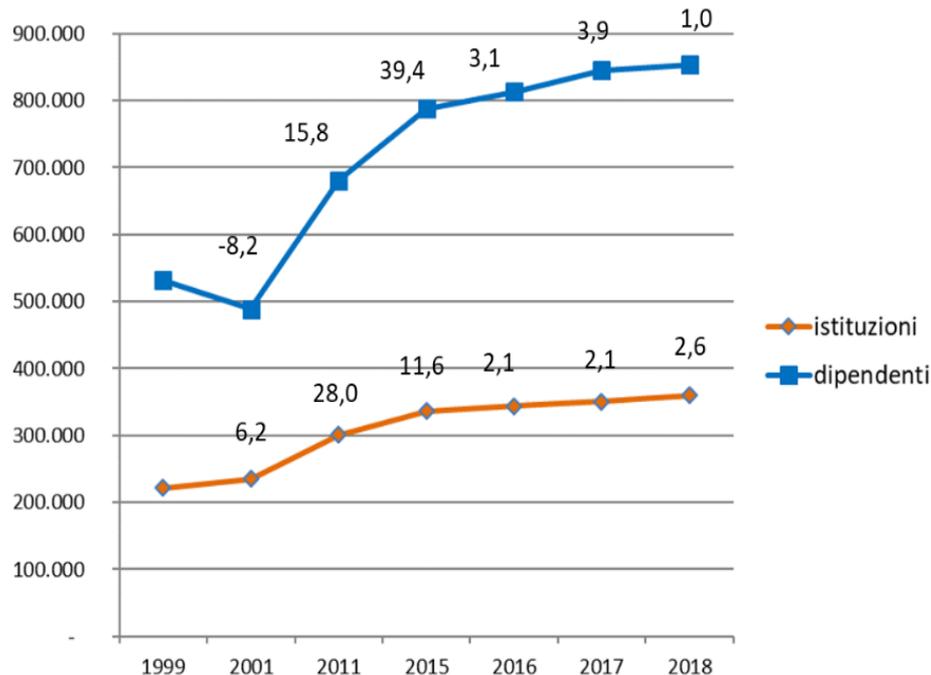
Stime campionarie: calcolate in base ai «totali noti» della popolazione di riferimento, quindi ai dati del Registro statistico delle istituzioni non profit relativi al numero delle unità presenti e al numero dei dipendenti in esse impiegate.

Istituzioni non profit nella statistica ufficiale

*Unità giuridico – economiche, dotate o meno di personalità giuridica, di natura privata, che producono beni e servizi destinabili o non destinabili alla vendita e che, in base alle leggi vigenti o a proprie norme statutarie, **non hanno facoltà di distribuire, anche indirettamente, profitti o altri guadagni**, diversi dalla remunerazione del lavoro prestato, ai soggetti che la hanno istituita o ai soci.*
[System of National Accounts (1993 e 2008); Handbook on Non-profit Institutions (2003 e 2010)]

Le istituzioni non profit in Italia

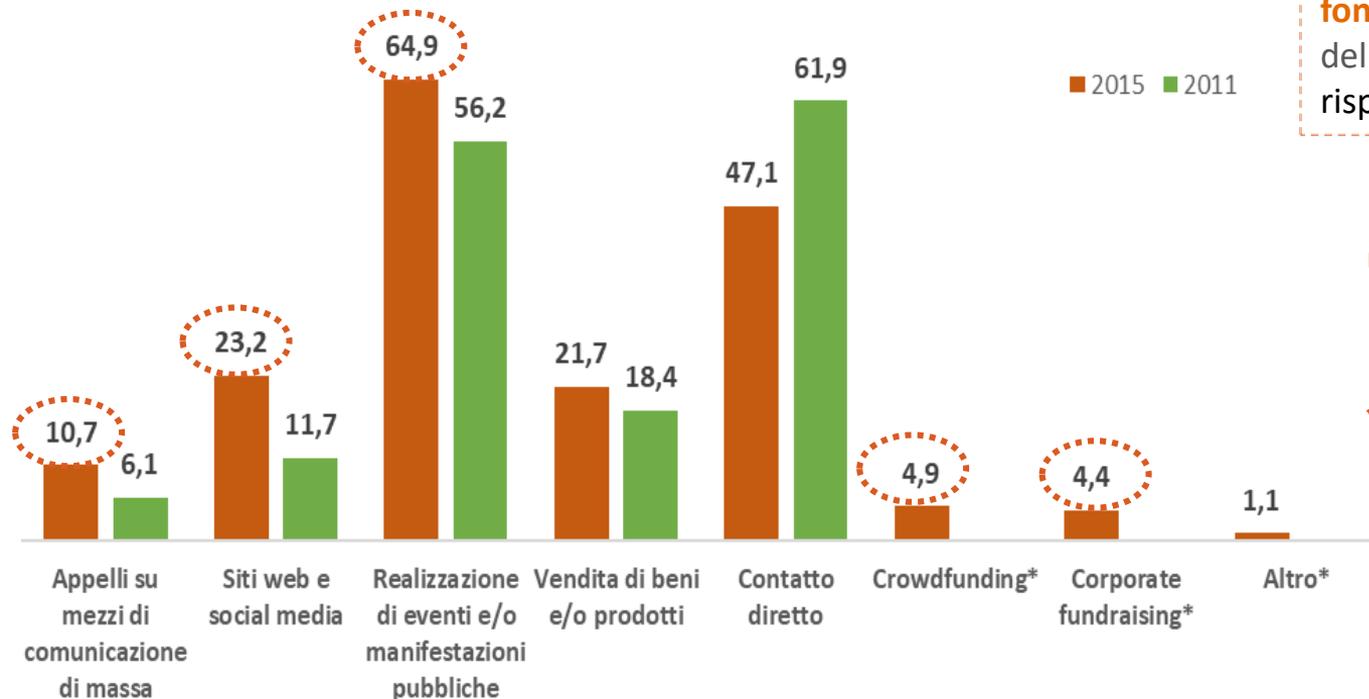
Istituzioni non profit e dipendenti – Serie storica anni 1999 – 2018
(valori assoluti e variazione %)



- ✓ Le istituzioni non profit attive in Italia (al 31 dicembre 2018) sono **359 mila** e impiegano **853 mila dipendenti**.
- ✓ Negli ultimi venti anni si rileva una crescita costante, sia rispetto al numero di istituzioni che ai dipendenti impiegati.
- ✓ La diffusione del settore non profit è in aumento soprattutto nel Mezzogiorno, dove le istituzioni crescono ad un ritmo più sostenuto che nel resto d'Italia: +4,1% nel Sud e +4,5% nelle Isole.
- ✓ I dipendenti crescono in misura superiore al dato nazionale (pari all'1%) nel Nord-Est (+2,6%) e nel Sud (+1,4%).

Le attività di raccolta fondi

Istituzioni non profit che hanno realizzato attività di raccolta fondi per modalità di raccolta fondi – Anni 2015 e 2011 (valori percentuali)



Nel 2015 le istituzioni non profit che hanno svolto attività di **raccolta fondi** sono **72 mila**, pari al 21,4% del settore (con un incremento rispetto al 2011 pari al 21,4%).

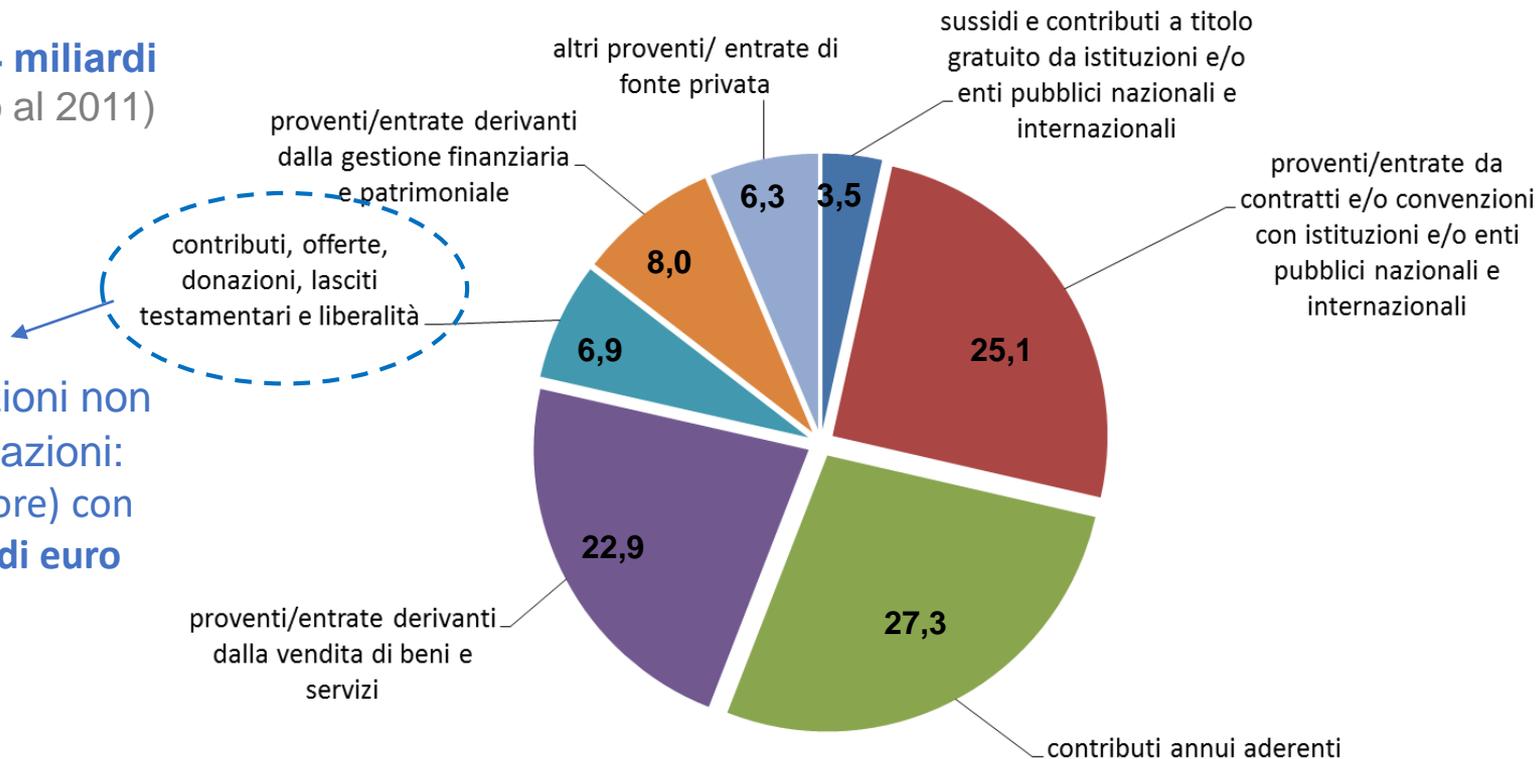
- ✓ Il canale più utilizzato nel 2015 è la **realizzazione di eventi e/o manifestazioni pubbliche**, organizzati dal 64,9% delle istituzioni non profit (valore in crescita rispetto al 2011).
- ✓ Mentre l'unica modalità in calo è il **contatto diretto** (47,1%), crescono sia le modalità più tradizionali degli **appelli sui media** e **vendita di prodotti**, sia le modalità più "innovative": **siti web e social media** (23,2%); **crowdfunding** (4,9%) e **corporate fundraising** (4,1%).

Le entrate delle istituzioni non profit e le diverse voci di bilancio

Entrate delle istituzioni non profit per voci di bilancio - Anno 2015 (composizione percentuale)

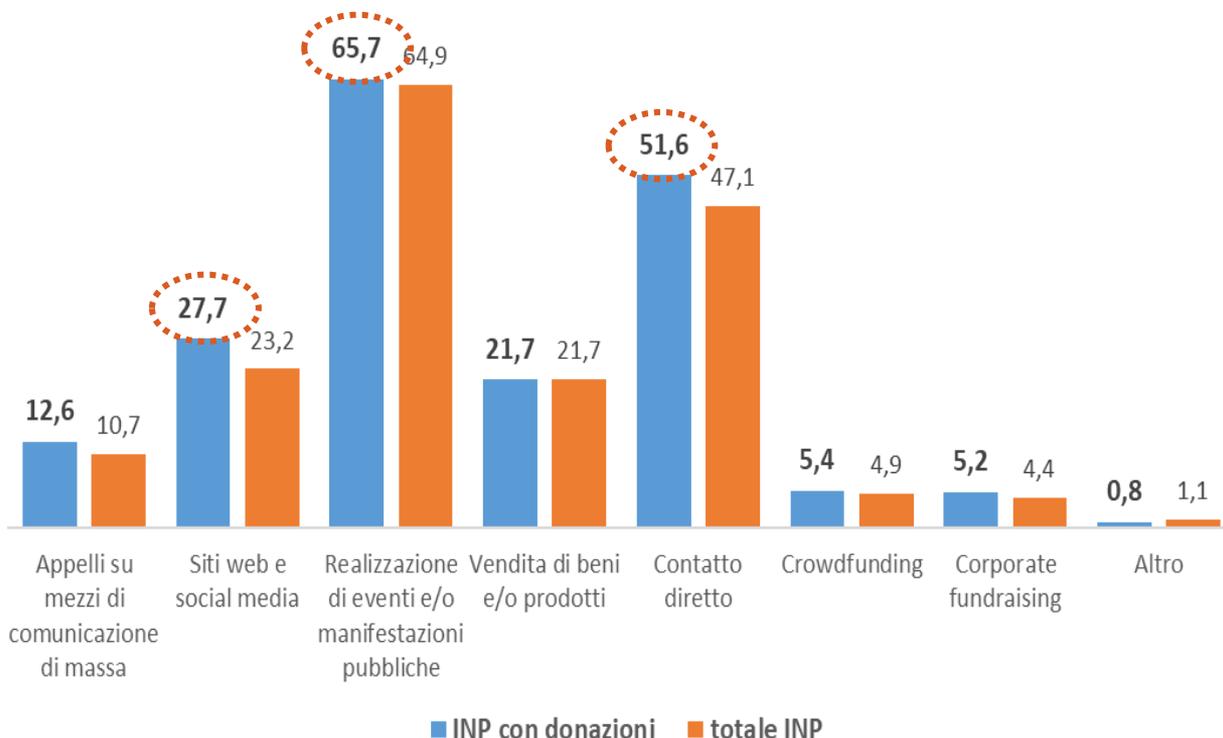
Entrate = € 70,4 miliardi
(+10,1% rispetto al 2011)

116 mila istituzioni non profit con donazioni:
(34,4% del settore) con
4,850 miliardi di euro



Donazioni e attività di raccolta fondi

Istituzioni non profit per modalità di raccolta fondi – Anno 2015 (valori percentuali)



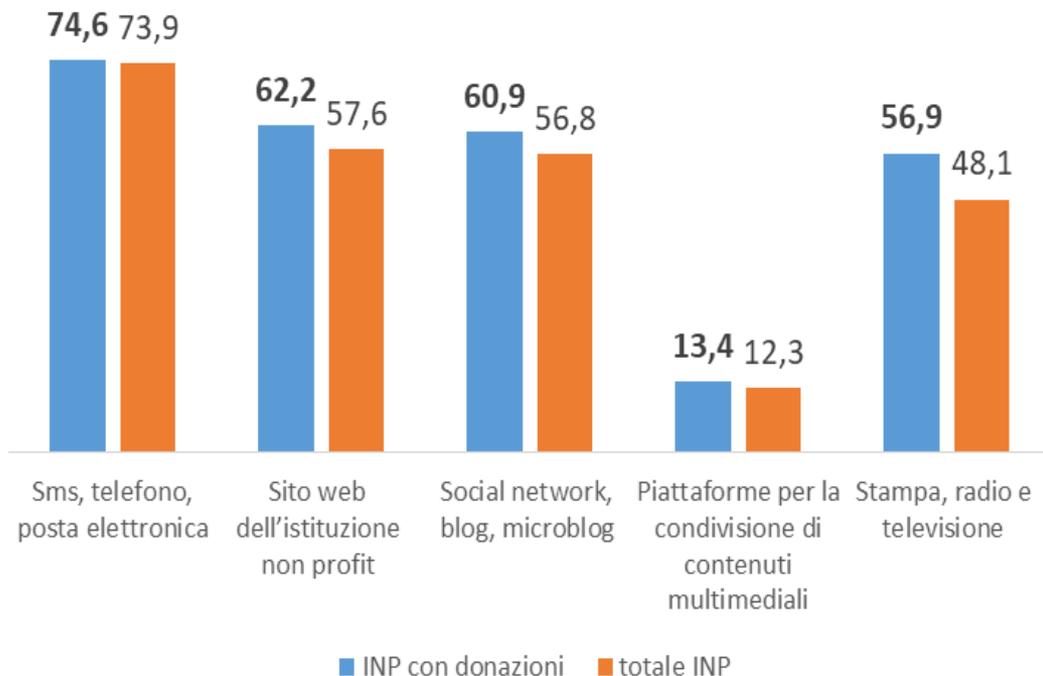
Nel 2015 il 40,2% delle **istituzioni non profit con donazioni** (circa 46 mila) ha svolto attività di **raccolta di fondi**.

Le modalità più utilizzate: realizzazione di eventi e/o manifestazioni pubbliche (65,7%); **contatto diretto** (51,6%, a fronte del 41,7% del settore); utilizzo di **siti web e social media** (27,7%, a fronte del 23,2% del settore); vendita di beni e prodotti (21,7%).

In quote leggermente superiori al dato del settore nel complesso sono presenti anche le componenti che utilizzano le modalità più innovative di **crowdfunding** e **corporate fundraising**.

Le attività e gli strumenti di comunicazione utilizzati

Istituzioni non profit con donazioni che hanno utilizzato strumenti di comunicazione per tipo di strumento - Anno 2015 (valori percentuali)

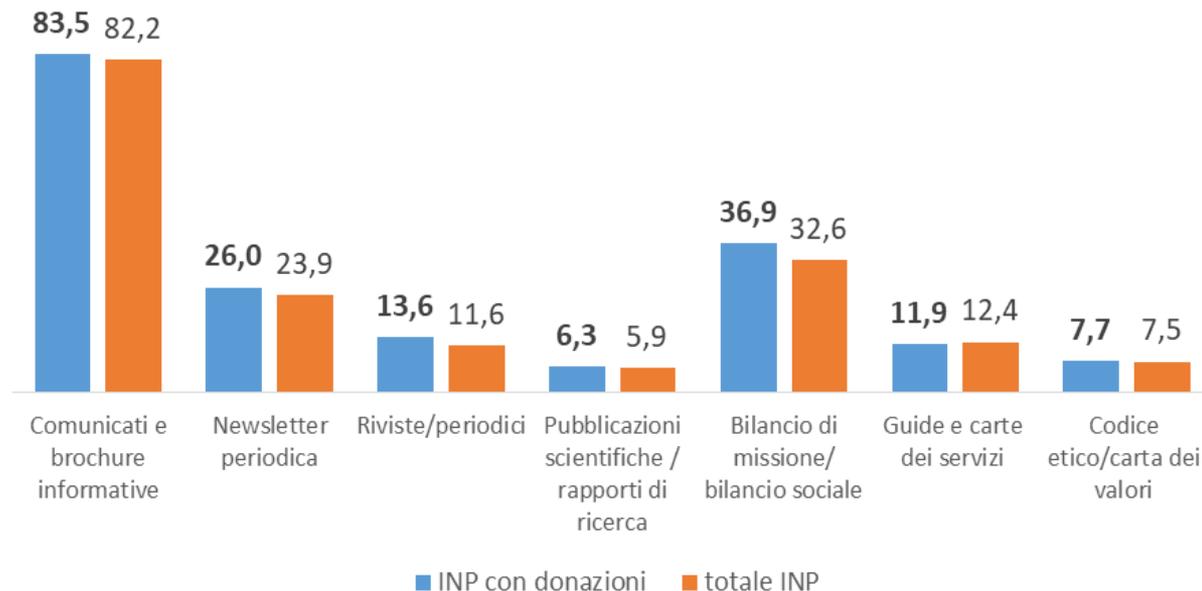


Le **istituzioni con donazioni** nel **71,8%** dei casi hanno svolto nel corso del 2015 **attività di comunicazione**, in una quota superiore al valore nazionale (pari al 62,8%).

Il 74,6% di esse utilizza strumenti comunicativi abbastanza tradizionali quali **sms, telefono o posta elettronica**; il 62,2% usa il proprio **sito web**, il 60,9% i **social network**, il 56,9% i **mass media** mentre il 13,4% soluzioni più innovative quali **le piattaforme per la condivisione di contenuti multimediali** (in percentuali comunque sempre superiori al valore nazionale).

I prodotti «di comunicazione»

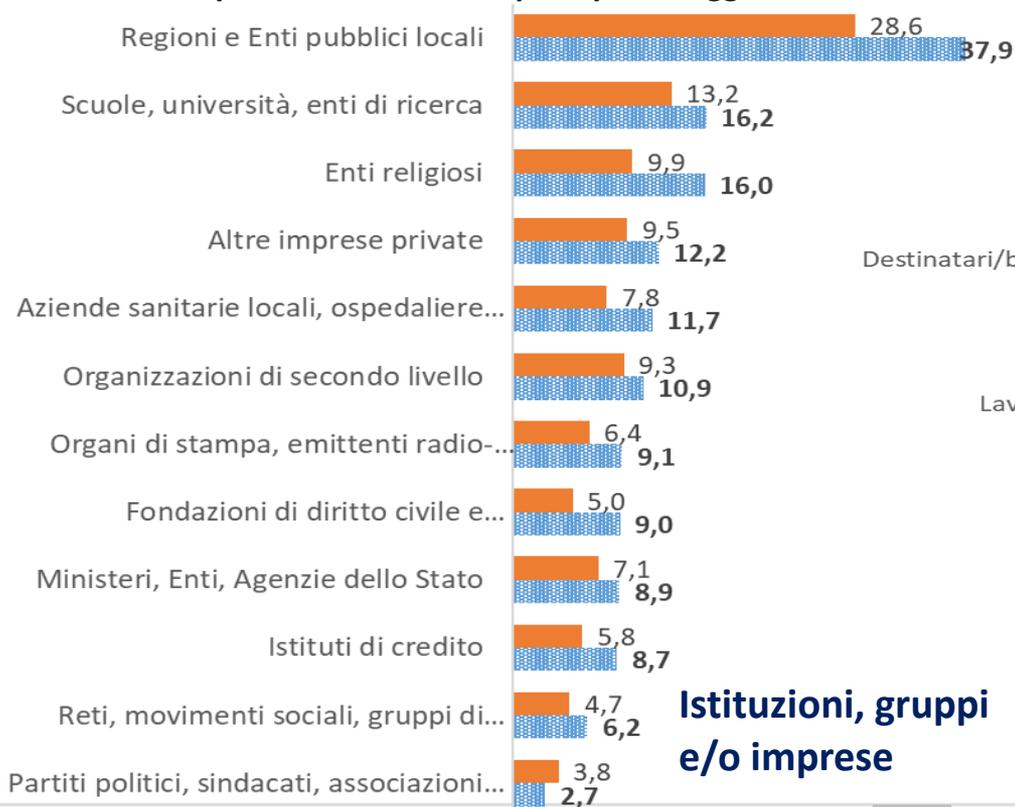
Istituzioni non profit che hanno realizzato prodotti «di comunicazione» per tipo di prodotto - Anno 2015 (valori percentuali)



L'81,7% delle **istituzioni non profit con donazioni** ha realizzato uno o più prodotti "di comunicazione" (a fronte di un dato complessivo del settore pari al 67,6%).

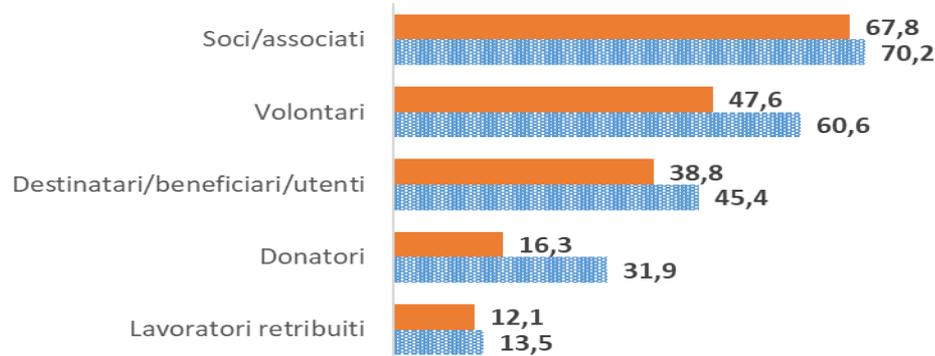
In particolare, la maggior parte delle istituzioni con donazioni (83,5%) ha realizzato prodotti più "tradizionali" quali comunicati e brochure informative o newsletter periodiche (26%) ma è la redazione del **bilancio di missione e/o bilancio sociale** l'elemento che caratterizza in modo precipuo le istituzioni del sottoinsieme considerato, rispetto alle totale delle istituzioni non profit italiane, con una percentuale pari al 36,9% (superiore di 4,3 punti percentuali rispetto al valore nazionale).

Istituzioni non profit con donazioni per tipo di soggetti con cui hanno relazioni significative - Anno 2015 (% risposte)



Istituzioni, gruppi e/o imprese

Individui

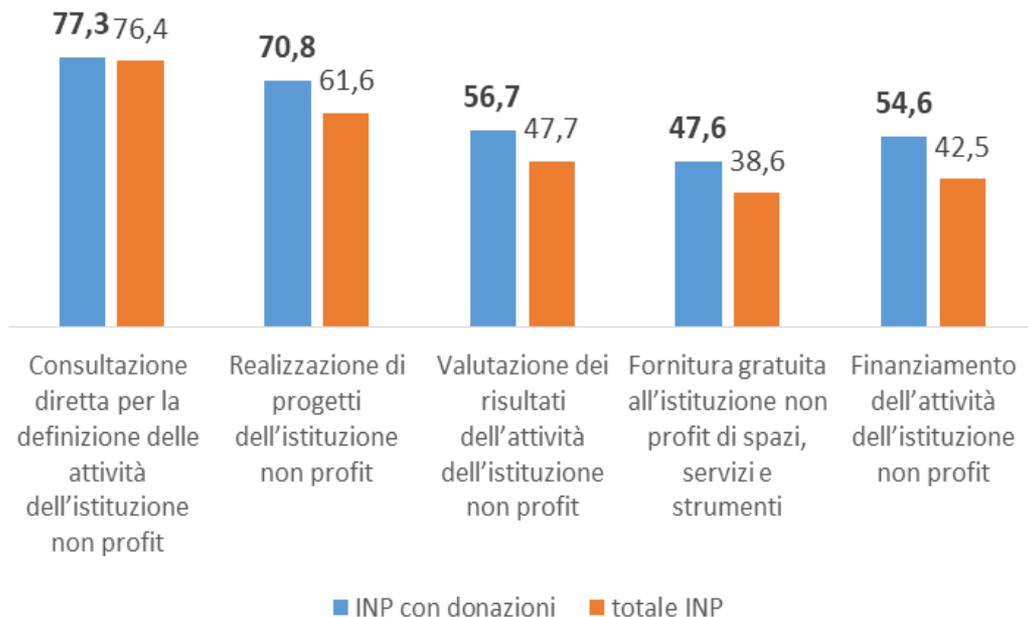


■ INP in totale ■ INP con donazioni

- ✓ Le istituzioni non profit con donazioni hanno strutturato relazioni significative in misura più diffusa rispetto alle istituzioni non profit in generale, per tutte le tipologie di soggetti e in particolare con stakeholder interni.

Le modalità di coinvolgimento degli stakeholder

Istituzioni non profit con donazioni per modalità di coinvolgimento dei soggetti con cui hanno relazioni significative – Anno 2015 (valori percentuali)



- ✓ Si passa dalla consultazione diretta per la definizione delle attività dell'istituzione non profit (attuata dal 77,3% delle istituzioni rilevate) a forme di coinvolgimento più attivo, quali il finanziamento dell'attività (47,6%).
- ✓ Nel 70,8% dei casi le istituzioni non profit con donazioni coinvolgono gli stakeholder nella realizzazione dei propri progetti e nel 56,7% nella valutazione dei risultati delle attività.
- ✓ Infine, nel 47,6% dei casi, le relazioni con gli stakeholder consentono la fornitura gratuita di spazi, servizi o strumenti.

I dati rilevano la capacità delle istituzioni non profit che ricevono contributi, offerte, donazioni e lasciti testamentari, di strutturare relazioni significative con i vari attori del loro contesto di riferimento: stakeholder sia interni che esterni, persone fisiche e/o soggetti istituzionali; relazioni che implicano sicuramente effetti positivi in termini di risorse economiche acquisite.

Conclusioni ...o spunti di riflessione...

L'analisi delle modalità di raccolta fondi adottate, delle attività di comunicazione realizzate rispetto agli obiettivi, gli strumenti e i prodotti delineano **strategie interessanti** messe in campo dalle istituzioni non profit, non solo per ricevere **sostegno economico** ma anche per **comunicare, rendere conto** delle proprie attività e **creare relazioni significative**, sia con i propri utenti, beneficiari, sia con altri soggetti, interni e/o esterni all'organizzazione.

Le partnership e le relazioni con i diversi attori del tessuto socio-economico (istituzioni pubbliche, imprese, fondazioni, movimenti sociali e reti, gruppi di interesse, rappresentanze sindacali, ecc.) permettono inoltre di cogliere la capacità delle istituzioni non profit di creare **relazioni sul territorio, finalizzate anche all'acquisizione di risorse economiche a sostegno delle loro attività**, oltre che alla gestione di problemi di interesse generale o di particolari categorie sociali.

Attualmente è in corso la progettazione del prossimo **Censimento permanente delle istituzioni non profit (2021)**, previsto nel primo semestre 2022, che permetterà di cogliere sempre più e meglio il ruolo del settore non profit a livello nazionale e nei diversi contesti territoriali di riferimento; in relazione a sviluppo locale (sostenibile) e innovazione sociale, benessere collettivo e inclusione sociale.

I contenuti informativi del questionario, oltre alle aree tematiche già inserite nelle precedenti rilevazioni, avrà una serie di **focus** specifici, uno dei quali sarà relativo proprio alle attività di raccolta fondi.

Grazie per l'attenzione

Sabrina Stoppiello
stoppiel@istat.it