

DONARE CONVIENE SEMPRE DI PIÙ

IL GIVING ESCE DALLA CRISI

di STEFANO ARDUINI

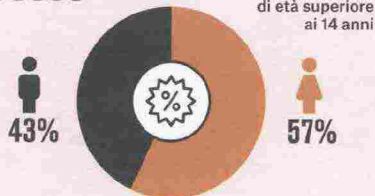
Più 11%. È l'incremento delle donazioni individuali degli italiani che emerge dalla terza edizione del Report Giving Italy, che come ormai consuetudine Vita presenta nel numero di dicembre. Il dato, in attesa di avere i conteggi "ufficiali" dell'aggiornamento del rapporto Istat sulle organizzazioni non profit (il focus sulle donazioni uscirà nei primi mesi del 2018), è stato calcolato sulla base delle detrazioni e delle deduzioni di cui hanno usufruito i contribuenti con la dichiarazione dei redditi 2016 sull'anno fiscale 2015 che Vita ha potuto consultare in esclusiva. Applicando il medesimo coefficiente agli ultimi quattro anni fiscali si evidenzia come il totale delle donazioni da singoli cittadini sia passata da un encefalogramma piuttosto piatto, 4,584 miliardi nel 2013, 4,545 nel 2014, 4,588 nel 2015, a un piccolo balzo nel 2016 che ha permesso di superare la soglia dei 5 miliardi (esattamente 5,093), con un incremento dell'11% nel confronto fra le ultime due annualità.

Un fulmine a ciel sereno? Non proprio. A ben guardare non sono pochi gli indizi che confortano questa tendenza. Innanzitutto l'introduzione di alcune leve fiscali che hanno generato una sorta di effetto trampolino. La Legge di Stabilità 2015 (legge 23 dicembre 2014, n. 190), a partire dal 2015 ha innalzato l'importo massimo delle erogazioni liberali a favore delle onlus, che è passata da una detrazione del 19% con un tetto massimo di 2.065 euro a una detrazione del 26% con un

Superata la soglia dei 5 miliardi di donazioni da privati. Non era mai successo. L'incremento dell'importo donato è più deciso di quello del numero dei donatori. Segnali positivi anche dalle aziende. Gli incentivi stanno funzionando

PROFILO DONATORE

Sesso



Reddito



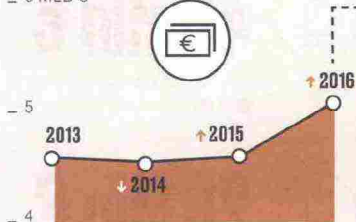
Professione



1. ITALY GIVING REPORT

DONAZIONI INDIVIDUALI

- 6 MLD €



5,093 MLD €

il totale delle donazioni (dichiarazione redditi 2016)

4,584 MLD
2013

4,545 MLD
2014

4,588 MLD
2015

€ **Detrazioni**
per donazioni alle Onlus

202.942.675 €

↑ **25,4%**

772.332
donatori

↑ **1,8%**
variazione su 2015

€ **Deduzioni**
per detrazioni alle Onlus

232.315.331 €

↑ **0,8%**

659.491
donatori

↓ **-1,1%**
variazione su 2015

APS
(associazioni promozione sociale)

13.364.613 €

↑ **8,4%**

66.573
donatori

↑ **7,8%**
variazione su 2014

ONG
(organizzazioni non governative)

12.977.650 €

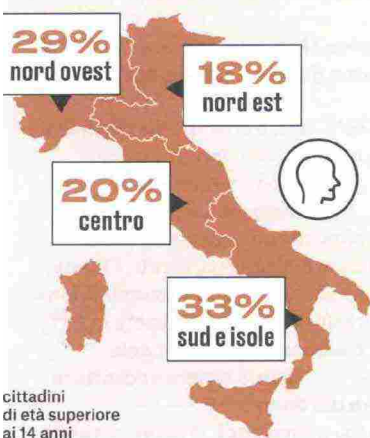
↑ **16,6%**

51.077
donatori

↑ **14,7%**
variazione su 2014

ELABORAZIONE VITA-DATI MEF

Geografia



OSSERVATORIO SUI DONATORI ITALIANI GfK

tetto a 30mila euro. Un tetto che (vedi l'intervento di Gabriele Sepio nel terzo capitolo del book), la riforma del Terzo settore ha ulteriormente elevato. Non solo. Nel 2015 è entrato a pieno regime anche il cosiddetto Art bonus (legge n. 106 del 29/07/2014) che garantisce un credito fiscale del 65% per chi versa a favore della cultura e dello spettacolo. Una misura che ad oggi è stata utilizzato da 6.345 mecenati che hanno donato 200.016.780 euro per 1.323 interventi a favore del patrimonio culturale italiano. «Numeri significativi che confermano l'efficacia di una misura importante dal punto di vista materiale, perché con queste risorse si finanzia la cultura e il recupero del patrimonio, ma importante soprattutto dal punto di vista educativo perché sta introducendo nel nostro Paese la cultura del mecenatismo. Va però superato il divario troppo alto tra Regioni. In particolare spero

che le grandi imprese decidano di fare scelte di Art bonus nel mezzogiorno, anche per colmare il divario di forza dei sistemi produttivi nord/sud», ha sottolineato il ministro Dario Franceschini.

Nel 2015 (legge 107) è stata anche approvata la norma sullo School bonus, operativa dal maggio dell'anno successivo. Anche in questo caso si tratta di un credito d'imposta riconosciuto a chi fa donazioni alle scuole per tre tipologie di interventi: realizzazione di nuove strutture scolastiche, manutenzione e potenziamento di quelle esistenti, interventi per il miglioramento dell'occupabilità degli studenti. Nel 2016 furono raccolti 131.529 euro. Nell'anno in corso (dato aggiornato al 31 ottobre) siamo già arrivati a quota 724.859 euro. Oltre 5 volte tanto.

Sempre riferito al 2016 c'è da registrare la buona performance di uno strumento che appariva in declino come

DONARE CONVIENE SEMPRE DI PIÙ

DONAZIONI INFORMALI

2,7 MLD €

il totale delle le donazioni nel 2017

2,6 MLD

2015

3 MLD

2016

**48 €**l'importo
medio annuale
delle donazioni
informali
nel 2017**42 €**

nel 2016

SMS

**46 Mln €**

(23,1 per sisma Centro Italia)

2016

**28 Mln €**

2015

**32,2 Mln €**

2014

ELABORAZIONE VITA-DATI DOXA

Dario Di Vico: ma ora bisogna andare oltre alla solidarietà di scopo

«I dati del Giving report ci danno un'altra chiave di carattere generale per leggere questo tempo. Poi è evidente che tutto questo non è sufficiente. Non è sufficiente per far fronte ai bisogni legati alle disuguaglianze. E non è sufficiente nemmeno per il coinvolgimento, su larga scala, delle imprese» A parlare è Dario Di Vico, una delle penne di punta del Corriere della Sera (compreso l'inserto Buone Notizie) e attento osservatore del mondo economico e sociale.

A suo avviso perché le imprese, che pur giocano una loro parte nella partita delle donazioni, non assumono un ruolo ancora più importante?

Legherei la questione a un tema parallelo, ma in qualche modo contiguo a quello del dono. Mi riferisco al tema delle donazioni intergenerazionali. Siamo ancora legati a un'idea dell'eredità post-mortem. Va invece fatto uno sforzo corale per superare culturalmente questo elemento. Con i tassi di invecchiamento della popolazione, l'età media che si alza, il passaggio intergenerazionale anche in tema di donazione diventa cruciale: altrimenti molti giovani non avranno mai ciò che serve loro per partire. E, di conseguenza, per fare impresa. La donazione serve al momento giusto, non fuori tempo massimo e il momento giusto è quello in cui si deve creare una famiglia, e si ha bisogno di una casa, oppure quando si vuole avviare un'attività economica: tutte scelte che si fanno prima dei

quarant'anni, ma prima dei quarant'anni tutto resta bloccato. Ecco allora che il tema del dono e della donazione si trovano connessi a un'idea di circolazione e solidarietà inter familiare e inter generazionale che dobbiamo essere in grado di attivare. Se la attiviamo, avremo una ricaduta inevitabile sull'intero sistema del dono.

Ma per allargare la sfera della solidarietà e la rete del dono cos'altro serve?

La capacità di allargare questa sfera della solidarietà è legata anche alla capacità dei soggetti del Terzo settore di montare progetti credibili. È più facile una solidarietà di scopo, quando il soggetto vede concretamente il rapporto fra ciò che si dona e ciò che si produce. Forse le organizzazioni del Terzo settore, che molto già stanno facendo, devono insistere, insistere e ancora insistere nella loro progettualità concreta. Questi progetti, lo ripeto, devono essere credibili, perché solo così il cerchio si allarga.

Su progetti concreti, la gente si muove, anche con piccole somme. Forse le piattaforme digitali possono accelerare il processo?

Non è fondamentale il veicolo. Non è cruciale sia digitale o meno. Qui conta lo scopo e lo scopo si determina dalla qualità del progetto. Una qualità non meramente comunicativa o "estetica", intendiamoci. La gente — e i dati che avete raccolto lo dimostrano — cerca progetti efficaci, in grado di rispondere a bisogni concreti. Chiede, in altri termini, che il suo donare abbia effetti tangibili. Una solidarietà a parole deve trasformarsi in solidarietà in fatti. **Queste caratteristiche — dal basso, spesso piccole somme ripetute nel tempo — possono essere addirittura un vantaggio per la cultura del dono...**

Io credo nel meccanismo dei gemellaggi: lo scopo è subito verificato, ma poi si crea un ponte fra due comunità, la comunità che dona e quella che riceve. (M.D.)

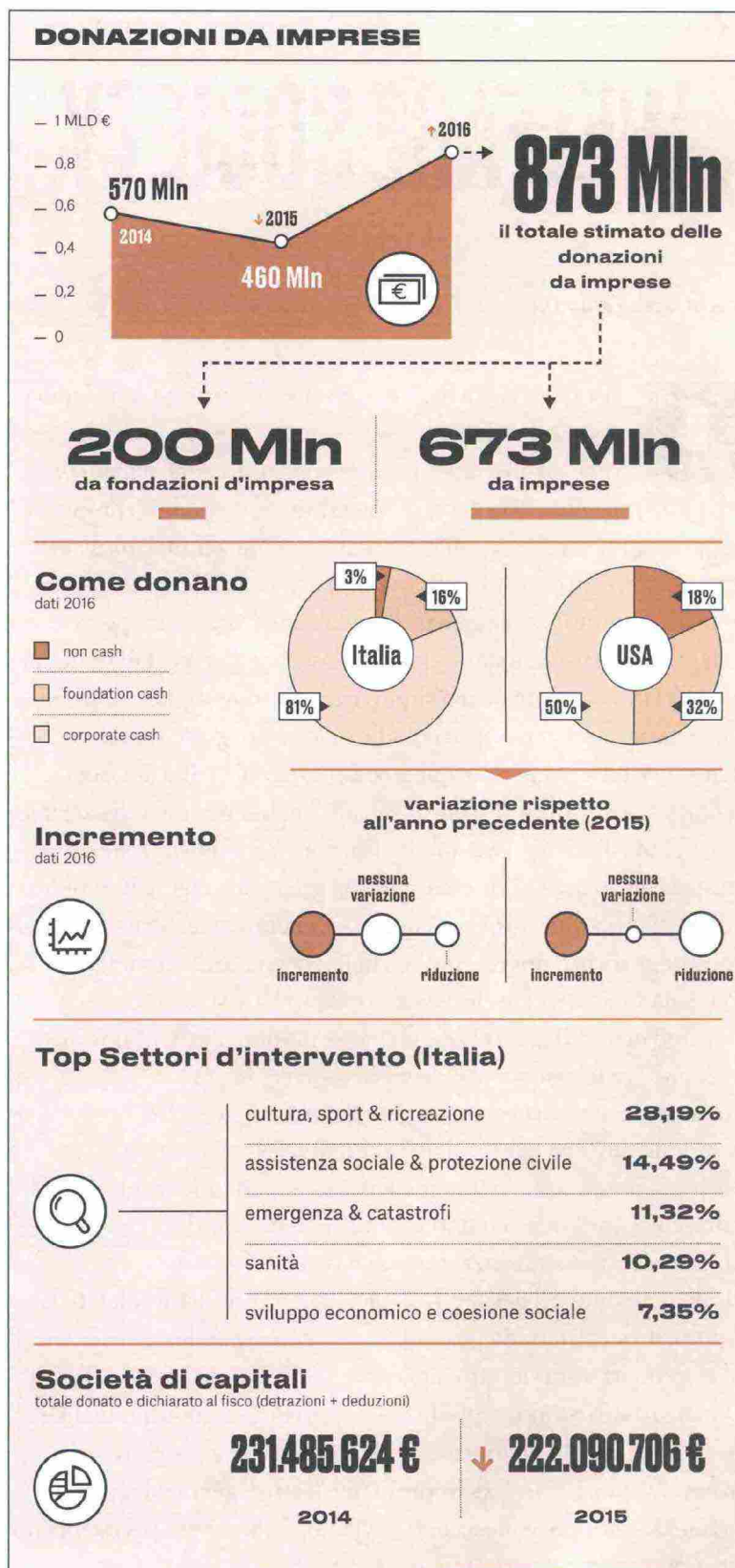
1. ITALY GIVING REPORT

◁ I sms solidale che ha toccato la cifra record di 46 milioni di euro, un risultato in grande misura spiegabile con l'effetto traino del terremoto in Centro Italia (che pesa per il 50%), ma che conferma come il messaggino sia ancora un veicolo importante per drenare risorse soprattutto in caso di emergenze. L'anno scorso è stato anche l'anno di grazia delle cosiddette "donazioni informali", che in base alla nostra elaborazione sui dati del consueto monitoraggio della Doxa, Italiani Solidali, ha toccato i 3 miliardi. Nel 2017 si registra un calo, che porta la cifra totale a 2,7 miliardi di euro, comunque maggiore dei 2,6 miliardi del 2015. «L'exploit dello scorso anno», interviene la ricercatrice Valeria Reda, «si spiega in larga misura con il sisma, ma va rilevato che quest'anno ci siamo comunque attestati a un livello superiore a quello del 2015». Tanto più che l'im-

Paolo Anselmi (Gfk): «La crisi ha avuto l'effetto di consolidare la propensione al dono»

porto medio delle donazioni informali sale da una media di 42 euro pro capite a 48.

Che il barometro della propensione degli italiani al dono volga al bello lo testimoniano anche altre rilevazioni statistiche. I dati dell'indagine realizzata dall'IID **Istituto Italiano della Donazione** parlano di una ripresa delle raccolte fondi. Alcuni numeri: il 36% delle onp ha aumentato le proprie entrate totali nel 2016, mentre il 42% non ha registrato nessun cambiamento sostanziale. Solo il 22% ha diminuito le proprie entrate: erano il 27% nel 2014. Le fonti di entrata da cui le organizzazioni non profit – il campione dell'indagine IID è composto da circa 130 organizzazioni di tutte le dimensioni – raccolgono di più sono i privati cittadini (58%), le aziende (13%), fondazioni ed enti di erogazione (10%), il 5 per mille (8%), la pubblica ▷



DONARE CONVIENE SEMPRE DI PIÙ

WELFARE SOCIETY

di STEFANO ZAMAGNI

Q i risultati del Giving Report sono innanzitutto una buona notizia. È la fotografia di un popolo generoso che mette in ridicolo quella falsa rappresentazione degli italiani tirchi ed egoisti, che una certa parte del mondo anglosassone ha proposto in questi anni. Il processo di uscita dalla crisi, incominciato già nel 2016, ha senz'altro contribuito, ma la ripartenza della propensione al dono ha soprattutto una spiegazione culturale: ormai il superamento dell'idea di un welfare state che segue la vita dell'uomo dalla culla alla bara ha fatto capolino in una larga parte della popolazione. Questa impostazione prevede che il cittadino lavori e paghi le tasse, delegando all'amministrazione il compito di redistribuzione del reddito e di fornitura dei servizi sociali. Anche ammesso che lo Stato sia in grado di adempiere a queste funzioni nel modo più onesto e trasparente, non sarebbe comunque in grado di svolgere il compito con efficienza. Questo perché non può generare quei beni relazionali considerati ormai imprescindibili nella società contemporanea. Pensiamo a un anziano che vive solo. Un welfare state solerte può fornirgli un reddito, un tetto e un pasto, ma non relazioni amicali o di vicinato. Per questo serve una welfare society in grado di rispondere alla sua domanda di prossimità. Quali sono i soggetti che compongono la welfare society? I cittadini (associati e non) e la business community. I cittadini donatori e le aziende, sempre più numerose, che hanno compreso come non possano limitare i loro obiettivi alla massimizzazione degli indici produttivi o all'allargamento del perimetro di mercato. La crisi ha accelerato la ripresa di questi circuiti positivi. Stiamo così uscendo da quella sorta di giogo a cui si era ridotto il dualismo neoliberalismo/neostatalismo. Donare è l'atto primo di questa nuova pagina, è il modo per incidere responsabilmente in prima persona sull'ambiente che ci circonda e in cui viviamo. E si tratta sempre di più di atti di generosità verso organizzazioni che conosciamo da vicino, della cui vita partecipiamo e di cui vogliamo sapere l'impatto generato.

VITA #12

32

◀ amministrazione (5%), le fondazioni di origine bancaria (3%) e le fondazioni di impresa (3%). «Il 2016 conferma il trend positivo», spiega il segretario generale IID Cinzia Di Stasio, «diminuiscono ancora, del 4%, le onp che hanno entrate inferiori all'anno precedente e aumentano del 5% quelle che migliorano le proprie performance». In linea le stime per il 2017.

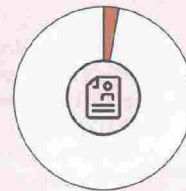
«La maggior parte delle onp», commenta Di Stasio, «prevede di confermare i risultati dello scorso anno. Positiva anche la dinamica di diversificazione delle forme di entrata: per il 72% delle onp il 5 per mille pesa per meno del 15% sul totale dei bilanci». Circa un quarto delle onp afferma che gli eventi pubblici e il direct mailing cartaceo sono gli strumenti più utilizzati, ma aumenta anche la raccolta fondi da imprese (le onp che ne fanno uso maggioritario sono aumentate dal 5 al 13%).

Crolla invece il face to face dal 13 al 3%.

LASCITI

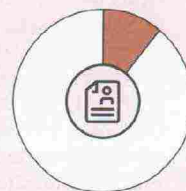
3%

gli italiani che hanno fatto testamento solidale



11%

gli italiani che hanno intenzione di fare testamento solidale



DONARE CONVIENE SEMPRE DI PIÙ

La maggioranza delle imprese prevede per il 2017 di confermare o incrementare — rispetto agli impegni assunti nel 2016 — il budget destinato ad attività filantropiche. Il 3% prevede incrementi superiori al 25%

◁ tempo ed energie sia nella sfera privata (famiglia, amici, viaggi, attività fisica, cultura...), sia in quella sociale. Sono spesso impegnate in attività di volontariato e mostrano una spiccata sensibilità verso le tematiche di natura etica ed ambientale.

Se questa è la fotografia dei donatori individuali, quale temperatura segna il termometro della propensione solidale delle aziende?

I dati fiscali (dichiarazione 2015) sulle società di capitali segnalano un lieve decremento rispetto al 2014 (231,5 contro 222,1 milioni donati). «Occorre tener presente», nota Alessandro Mazzullo, avvocato esperto di non profit e docente alla scuola Superiore di Economia e Finanza, che nel dna delle aziende c'è la massimizzazione dei profitti e che fino ad oggi per loro è stato più conveniente usare lo strumento della sponsorship piuttosto che quello delle liberali-

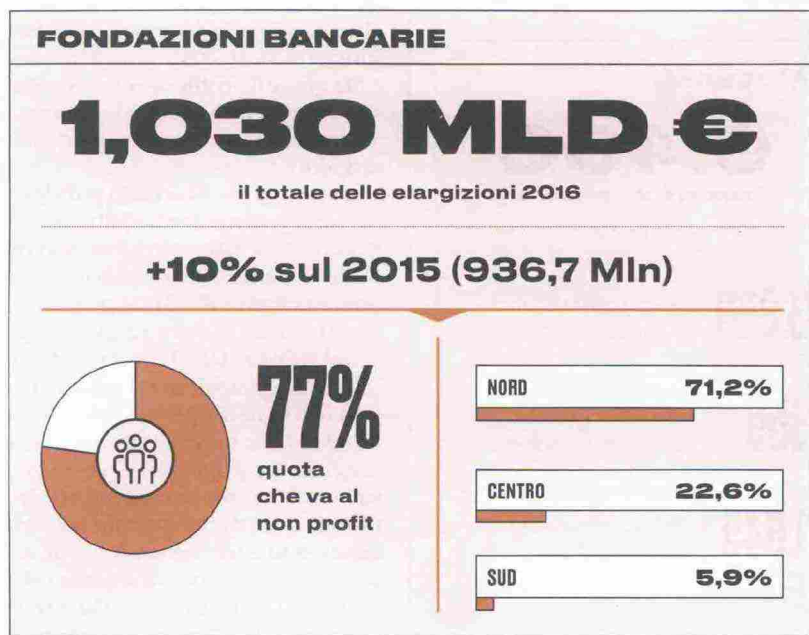


DATI MIUR

tà». «In effetti, le imprese italiane sono ancora in ritardo rispetto ai singoli, ma è anche vero che a latere delle donazioni stanno crescendo i supporti in termini di mentorship e formazione a vantaggio delle non profit», aggiunge Patriarca. Il perimetro, ancor più che per i donatori individuali, rimane difficile da tracciare con scientificità. Un dato di contesto da tenere presente è che proprio nel 2016 sono raddoppiate le aziende attente al welfare aziendale (rapporto Welfare index Pmi di Generali). Se però parametrando gli indicatori fiscali all'indagine 2016 sull'impegno sociale delle aziende in Italia di Socialis possiamo valutare in 873 milioni di euro il totale delle donazioni da imprese, contro i 460 milioni del Giving Report 2015 e i 570 del 2014. Insomma, anche le aziende si stanno destando dal torpore.

Un altro segnale significativo arriva dai risultati del primo Corporate Giving Report in Italy, presentato poche settimane fa da Dynamo Academy in collaborazione con il Sustainability Lab della Sda Bocconi, il Ccep e la Newman's Own Foundation. L'analisi sul bilancio 2016 ha interessato 52 grandi aziende italiane, che rappresentano 153,49 milioni di euro in donazioni.

Le elargizioni in denaro rappresentano oltre il 90% del capitale erogato: «si tratta di un dato», specifica la curatrice Clodia Vurro, «molto specifico dell'Italia. Negli Stati Uniti la componente non cash vale il 18%». Allo stesso modo noi siamo molto in ritardo rispetto agli Usa sul fronte della costituzione di fondazioni corporate: «In Italia solo il 30% delle aziende ha collegata una fondazione, mentre negli Usa sono il 79%». In media, le imprese censite dal report hanno effettuato 86 erogazioni e sostenuto 58 organizzazioni. Il giving aggregato rappresenta lo 0,12% del fatturato complessivo delle imprese del campione e il



DATI ACRI

1. ITALY GIVING REPORT

DONO & DONAZIONE

di PAOLO VENTURI

Se l'esperienza che facciamo del denaro è tutta legata a una remunerazione di prestazioni e non è connessa a un valore in sé, a un lavoro, a un fine allora è inevitabile che lungo il binario di questo calcolo costi-benefici il tema del dono rischi di perdere smalto, a tutto vantaggio di forme di consumo eccessivo o di dispendio degenerativo, come il gioco d'azzardo. Se prevale una logica "contrattualistica", il tema del "donare" verrà inevitabilmente letto in uno schema che lo qualificherà come mera privazione di risorse. Se il consumo diventa una forma attraverso cui costruire la propria identità, allora i ragazzi saranno attratti da ciò che li trascina in quella direzione. L'identità, oggi, si costituisce lungo due direttrici: o attraverso il consumo o attraverso l'esperienza. Il dono, quando è filtrato attraverso il consumo viene letto come un disvalore. Quando, invece, educiamo e ci educiamo a leggere il dono come forma di esperienza e, in particolare, di esperienza non strumentale dell'altro allora il dono diventa una modalità straordinaria per costruire identità. Il dono è una relazione e la donazione è l'oggetto di questa donazione. Se la donazione non entra in una logica di dono, rimane un'azione strumentale che non arricchisce l'identità dei soggetti che ricevono. Non si fa dono. Non possiamo prescindere perché, se così stanno le cose, la cultura, l'uso del denaro, il risparmio, il corretto rapporto con gli investimenti nascono già corrotti. Che cosa diventa il dono, in un contesto segnato da contrattualizzazione e dalla logica degli incentivi? Scompare. Non è un caso che da una recente ricerca emerga che il 58% degli adolescenti dichiara di non aiutare mai la famiglia: è segno di quella circolarità delle relazioni schiacciata da una logica prestazionale e contrattuale. La donazione diventa infatti generativa, quando è preceduta da un dono. L'esempio classico è quando un ragazzo dona un mazzo di fiori a una ragazza. Il mazzo di fiori non coincide col valore, dono e donazione non sono la stessa cosa eppure la donazione diventa segno di un dono, ovvero di una relazione.

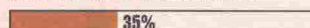
ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

Nel 2016 rispetto al 2015

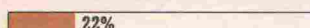
aumento raccolta fondi



nessun cambiamento avvertito



diminuzione raccolta fondi



Strumenti più efficaci



eventi pubblici



direct mailing cartaceo



banchetti in piazza



da imprese



direct mailing digitale



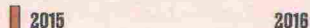
face to face



social media



sms solidale



IDARI ISTITUTO ITALIANO DONAZIONE

2,2% dell'utile ante imposte: percentuali che sono in linea con i trend internazionali. La maggioranza delle imprese prevede per il 2017 di confermare o incrementare – rispetto agli impegni assunti nel 2016 – il budget destinato ad attività filantropiche. Sebbene incrementi di budget superiori al 25% siano previsti solamente da un numero limitato di imprese (il 3%) è da sottolineare come un quarto delle aziende che hanno partecipato alla ricerca preveda un incremento delle risorse compreso tra il 2% e il 25%. Il 39% delle imprese conferma invece un impegno stabile. ♦