

# Non profit verso il crowdfunding

*Le ONP guardano con interesse questo strumento per sostenere le loro campagne umanitarie*

DI OMBRETTA GARDINI

**È** un fenomeno in crescita. Nasce come strumento di raccolta fondi che mobilita gruppi di persone intorno a un progetto (politico, di business o sociale): è il *crowdfunding*.

Nel mondo, il crowdfunding rappresenta un giro d'affari del valore di circa due miliardi di euro l'anno e, grazie alle nuove tecnologie che consentono lo sviluppo di piattaforme web per facilitare l'incontro tra i promotori di un progetto e la comunità di sostenitori, sta assumendo dimensioni sempre maggiori.

Secondo un recente studio realizzato da DeRev.com, una web start-up che ha confrontato trecento otto piattaforme di crowdfunding attive in tutto il mondo, risulta che Nord America ed Europa esprimono quasi il 95% del movimento

totale del crowdfunding. In particolare, si guarda con attenzione all'Italia per lo sviluppo di questo settore soprattutto dopo la pubblicazione, a marzo 2013, del regolamento attuativo pubblicato dalla Consob, Commissione Nazionale per le Società e la Borsa, che ha permesso che il nostro Paese fosse il primo in Europa ad avere una legislazione in materia, ancor prima degli Stati Uniti. Nello specifico, il "decreto crescita bis" (articolo 30 del Decreto Legge n. 179/2012), assegnava a Consob il compito di emanare la disciplina regolamentare di attuazione della norma con cui il legislatore ha inteso favorire

l'accesso al pubblico risparmio da parte delle start-up tramite portali on line. Questo regolamento disciplina l'*equity crowdfunding* relativamente a imprese start-up innovative, quindi progetti di business, ma esso contribuisce senza dubbio a creare cultura e diffondere familiarità con questo tipo di strumento.

Il terreno, in Italia, è dunque fertile. Ad esempio, durante il convegno "Crowdfuture", svoltosi a Roma lo scorso ottobre, le cifre che interessano il valore del crowdfunding nel nostro Paese sono di tutto riguardo e parlano di circa 23 milioni di euro (11 dei quali raccolti nell'ultimo anno), senza contare la rapida diffusione delle piattaforme web dedicate. E così sulla Rete c'è chi come la Italian Crowdfunding Network si propone di promuovere la cultura e fare networking fra i professionisti del settore per un corretto sviluppo del fenomeno oppure troviamo portali come Crowdfunding Italia che nascono appositamente per offrire uno spazio on line aperto a tutti i progetti nazionali che hanno scelto questa forma di sostegno.

## Crowdfunding e non profit

Il crowdfunding si prospetta perciò una formula dalle grandi potenzialità anche e soprattutto per il mondo non profit, grazie alla possibilità di raccogliere tramite la Rete tante piccole donazioni da parte di un vastissimo numero di persone. Anzi, questo strumento potrebbe essere la strada da percorrere per le Organizzazioni Non

Profit (ONP) al fine di incrementare le proprie entrate, considerato che gli esperti stimano che in Italia le donazioni online sono in aumento e che i donatori sembrano iniziare a fidarsi sempre più di Internet.

Le cose appaiono infatti muoversi in questa direzione, stando all'evento promosso da Fondazione Sodalitas dal titolo "Crowdfunding: come costruire storie di successo" e che definisce proprio questo mezzo di finanziamento dal

basso come un attestato di trasparenza per le campagne di *fundraising*, sottolineando come l'attività di comunicazione e raccolta fondi non possa ormai più prescindere da Internet. Nel corso dell'iniziativa, svoltasi all'interno della terza edizione di Sodalitas Social Innovation (il programma ideato per migliorare la capacità progettuale delle organizzazioni del terzo settore e favorire partnership innovative fra profit e non profit), è stata presentata anche una analisi delle piattaforme di crowdfunding italiane che dal 2005, anno in cui è stata attivata la prima, alle sedici già operative a fine 2012 si è arrivati alle attuali quarantadue.

Interessante il numero di progetti ricevuti da tutte le piattaforme italiane (ben trentamila), di cui nove-

mila quelli approvati e pubblicati online, senza contare che il 28% di questi ha avuto un esito positivo. Importante è mantenere la credibilità dell'organizzazione: lo evidenziano le statistiche, provenienti da diverse rilevazioni, presentate da Ipsos nel corso del Philanthropy Day 2013 e relative all'opinione degli italiani circa la filantropia e il mondo del non profit. Le cifre testimoniano che l'indice di credibilità delle organizzazioni non profit è tra i più alti (68), dietro solo al Presidente della Repubblica (73) e alla scuola (70) e al pari della chiesa cattolica. Il finanziamento del non profit deriva per il 72% da donazioni, di cui il 46,5% da privati cittadini, il 20,7% dalle Fondazioni bancarie e solo il 10,5% dal mondo delle imprese. Quanto alle motivazioni personali, Ipsos evidenzia che l'80% degli intervistati ritiene che i privati cittadini donino "per generosità", mentre in questionari a risposta multipla il 57% pensa che le aziende donino "per contribuire al benessere di tutti", con un 30% che pensa che lo facciano "perché hanno qualcosa da farsi perdonare" e un 61% che lo facciano "per farsi pubblicità". Solo un italiano su dieci conosce in prima battuta il significato della parola filantropo, ma ancor meno sono coloro che, esemplificando il concetto, sono portati a individuarlo nelle aziende, mentre il 30% ritiene che si tratti prevalentemente di persone fisiche. Da ultimo, Ipsos ha potuto rilevare che i donatori più abbienti sono molto più attenti alla destinazione e all'impatto delle loro donazioni dei piccoli donatori e ciò richiede alle ONP una sempre più accentuata trasparenza e ca-

pacità di rendere conto di quanto si è ricevuto.

### Resistono le donazioni

Secondo le stime dell'indice mondiale dei donatori, gli italiani sono passati in due anni dal ventinovesimo al cinquantasettesimo posto; tuttavia la propensione a donare in Italia non manca. È quanto emerge dai dati messi a disposizione dall'Osservatorio di sostegno al Non Profit sociale dell'Istituto Italiano della Donazione (IID) che, in collaborazione con l'Associazione Italiana Fundraiser (Assif), ha reso noti lo scorso ottobre i risultati della decima edizione semestrale dell'indagine "L'andamento delle raccolte fondi nel terzo settore: bilanci 2012 e proiezioni 2013". Certo: esistono ancora degli ostacoli alla raccolta fondi e i principali, specie negli ultimi anni segnati dalla crisi, riguardano proprio la minore disponibilità economica del donatore (41%) e la

difficoltà ad ampliare la base dei donatori (37%). Crescono infatti nella misura del 13% le organizzazioni che, nella rilevazione del primo semestre 2013, segnalano come priorità proprio quella di individuare nuovi donatori.

I dati raccolti dall'Osservatorio, e basati sui bilanci 2012 di un campione di circa duecento Organizzazioni Non Profit (ONP) significativo dell'intero Terzo Settore italiano, sono volti ad analizzare l'andamento delle raccolte fondi e delle entrate nel non profit, nonché approfondire il

comportamento delle varie fonti di finanziamento. Essi presentano una sostanziale tenuta delle ONP rispetto all'anno precedente e confermano i cittadini privati come i più generosi. I donatori privati infatti passano dal 50% dell'indagine dello scorso anno al 60%, mentre le donazioni da parte della Pubblica Amministrazione segnalano una contrazione pari al -15% scivolando dal 25% del 2011 al 10% del 2012. L'Osservatorio rileva inoltre che nel primo semestre del 2013, le ONP che hanno stimato di aver raccolto di più dai privati sono solo il 21% contro un 32% che dichiara di stimare un peggioramento delle stesse. Nonostante ciò, dalle aspettative future delle ONP trapela un po' più di fiducia: se infatti mettiamo a confronto il primo semestre 2013 con le previsioni per l'intero anno si registra un +4% di ONP che migliorano e un -2% che peggiorano. In conclusione, l'andamento generale delle raccolte fondi nel 2012 si attesta in linea con l'anno precedente, perché pur registrando un miglioramento nell'ordine del +3% rispetto al 2011, diminuisce della stessa percentuale il numero delle organizzazioni non profit che peggiorano. Idem per quanto concerne il saldo delle entrate totali 2012: diminuisce del 3% il numero delle ONP che hanno migliorato questo dato di bilancio e resta invariata invece la percentuale delle organizzazioni che lo peggiorano. ■

