

Non profit

LE EROGAZIONI DI FINE ANNO

La mappa della generosità

L'indagine IPR Marketing sulla propensione alle «buone cause» premia ancora il Nord

Le modalità di versamento

Resiste l'abitudine ai contanti ma crescono bonifici e bollettini postali

Donazioni, timido ritorno alla fiducia

Crescono la quota dei benefattori e gli importi medi - Tra i settori prevale l'aiuto all'infanzia

Elio Silva

Si dice che la fiducia aiuta ad avere pazienza e, a giudicare dalla generosità mostrata dagli italiani nelle donazioni di fine anno, almeno un fondo di verità c'è senz'altro. Le elargizioni al non profit nel recente periodo natalizio sono, infatti, lo specchio di un Paese ancora in difficoltà che, però, non rinuncia alla speranza e, anzi, la coltiva aiutando le organizzazioni che conosce meglio. Questa, almeno, la chiave di lettura che emerge dall'indagine annuale realizzata per Il Sole 24 Ore dalla società IPR Marketing (www.iprmarketing.it). L'istituto di ricerche per il quinto anno consecutivo ha interpellato un panel di mille cittadini rappresentativo della popolazione italiana, disaggregato per area geografica di residenza, fascia d'età e sesso.

Lo studio evidenzia, in primo luogo, un incremento della quota di donatori sul totale della popolazione: si è passati dal 35% dell'anno scorso all'attuale 38 per cento. Si torna così al livello del 2011, ancora lontano dal 49% delle festività 2009, anticamera delle difficoltà, ma decisamente meglio del 33% fatto segnare a gennaio del 2012, punto più acuto della crisi. Il Nord mantiene una propensione a sostenere le «buone cause» maggiore rispetto al resto d'Italia, così come le donne si confermano più sensibili degli uo-

mini (41% contro 35%) e gli over 55 risultano più generosi delle altre fasce d'età.

Nell'insieme, l'universo fotografato si mostra molto fedele alle scelte del passato (nell'86% dei casi le organizzazioni beneficiarie non sono cambiate) e lievemente meno pessimista, soprattutto nei cluster dei giovani e delle persone mature.

Una conferma di queste indicazioni giunge anche dalle risposte relative agli importi medi erogati: i «campioni» della generosità (oltre i 200 euro), che l'anno scorso erano a malapena il 3% del totale, ora sono l'8 per cento. È pur vero che perdono quattro punti percentuali la fascia tra i 100 e i 200 euro e altri tre punti quella tra 51 e 100 euro, ma la sensazione complessiva è quella di uno spostamento al rialzo: anche nella fattispecie delle piccole elargizioni, infatti, scendono le donazioni sotto i 20 euro e salgono in misura analoga, anzi superiore, quelle tra i 20 e i 50 euro.

«La cultura del dono sta crescendo - commenta Edo Patriarca, presidente dell'Istituto italiano della donazione -. Su questo tema, che per molti anni è rimasto marginale, si assiste ora a una riflessione molto seria, tanto che al Senato è appena stato presentato un disegno di legge per istituire il 1° ottobre di ogni anno la Giornata

nazionale del dono, appuntamento che fino a poco tempo fa sarebbe stato impensabile istituzionalizzare».

«Non è che la crisi morda di meno - osserva Patriarca -, ma l'abitudine a dare qualcosa, magari anche poco, a chi ne ha bisogno ed è meritevole rappresenta comunque un dato di tendenza acquisito nel nostro Paese. L'aspetto più negativo è però che la politica è ancora sorda a questa realtà, perché ogniqualvolta si tenta di introdurre una qualche forma di agevolazione per il non profit scatta un blocco a priori, come se la donazione fosse un'azione meramente privata, e non un gesto di interesse pubblico, volto a promuovere il bene comune».

Gli italiani, d'altra parte, non fanno troppi calcoli quando si

tratta di donare: alla richiesta di specificare se la deducibilità o detraibilità fiscale abbia incoraggiato la decisione, solo il 14% del campione IPR Marketing ha risposto positivamente, mentre per l'82% l'aspetto tributario è ininfluente. Conta molto, invece, la trasparenza: per il 42% dei donatori la rendicontazione fornita dagli enti è adeguata, mentre per un quarto non lo è e per un altro quarto non è rilevante. La quota dei benefattori soddisfatti fa registrare un vero exploit rispetto all'anno scorso (più 16 punti percentuali), a riprova del fatto che le organizzazioni hanno

investito risorse ed energie per informare meglio i sostenitori, riuscendo così a raccogliergli l'apprezzamento.

La fidelizzazione si conferma tratto saliente nel meccanismo delle donazioni (si veda più in dettaglio l'articolo qui sotto): la conoscenza diretta è, infatti, decisiva nel 59% dei casi e il passaparola vale un ulteriore 16% (il 19% tra le donne).

Merita, infine, una riflessione il dato sulle preferenze settoriali: quest'anno la rotazione premia l'aiuto all'infanzia e le adozioni a distanza (37% delle erogazioni) a scapito della ricerca scientifica, che dal primo posto della passata edizione scende al quarto, superata anche dalle cause umanitarie (34%) e da quelle sanitarie-assistenziali (33%). Resta il fatto che queste quattro tipologie di attività fanno la parte del leone, lasciando solo briciole alla cultura, all'ambiente, allo sport e tempo libero.

«La nostra impressione è che i donatori stiano privilegiando le organizzazioni ben riconosciibili sul territorio e preferiscano in questa fase aiutare progetti di prossimità - commenta Luciano Zanin, presidente di Assif, l'associazione nazionale dei professionisti delle raccolte fondi -. Ciò che più conta, comunque, è che il donatore si va dimostrando sempre più informato, preparato e attento alla qualità dell'organizzazione che si candida per ottenere il suo sostegno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FISCO ININFLUENTE

Solo il 14% del campione si è detto interessato alla deducibilità o detraibilità delle erogazioni effettuate

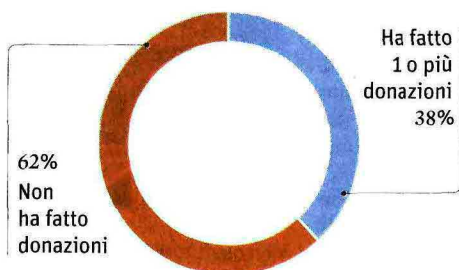
LA TRASPARENZA CONTA

L'indice di soddisfazione sulle informazioni ricevute e sulla rendicontazione sale di 16 punti percentuali rispetto all'anno scorso

I risultati dell'indagine

CHI HA FATTO ELARGIZIONI

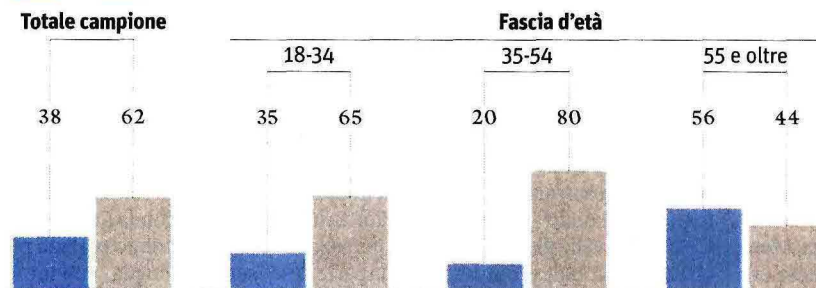
Nel periodo di natalizio (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni?



QUANTO CONTA L'ETÀ

In occasione del recente periodo di festività natalizie (o comunque da ottobre a fine anno) ha fatto una o più donazioni a organizzazioni di volontariato ed enti non profit?

■ SÌ ■ No



I SETTORI BENEFICIATI

Quale tra questi comparti ha scelto per la sua donazione? (Possibili più risposte)

Aiuto all'infanzia e adozioni a distanza	37
Cause umanitarie e aiuto ai Paesi poveri	34
Attività sanitarie e assistenziali	33
Ricerca scientifica	32
Attività a favore degli anziani	8
Organizzazioni di tutela ambientale	3
Organizzazioni per lo sport e il tempo libero	2
Organizzazioni per la cultura e i beni artistici	1
Altre organizzazioni non profit	16

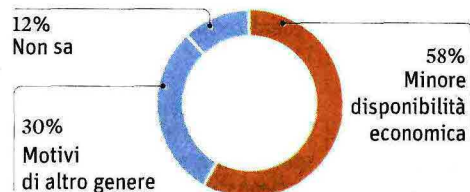
GLI IMPORTI PER AREA GEOGRAFICA

Complessivamente in quale fascia di importo si colloca la sua/le sue donazione/i?

	Totale campione	Area di residenza		
		Nord	Centro	Sud e Isole
Fino a 20 euro	33	36	29	32
Fra i 21 euro e i 50 euro	34	27	42	36
Fra i 51 euro e i 100 euro	19	19	26	13
Fra i 101 euro e i 200 euro	6	10	1	3
Fra i 201 euro e i 500 euro	6	7	1	10
Più di 500 euro	2	1	1	6

EFFETTO CRISI

Il fatto che quest'anno ha donato di meno o non ha donato è dovuto a ...



LE MODALITÀ

Rispetto alla donazione di quest'anno, che modalità di donazione ha scelto?

Contanti	36
Bonifico bancario	33
Bollettino postale	30
Telefono/Sms	25
Internet	12
Altro	5

Fonte: IPR Marketing

