

Censimenti. Dal 2016 l'Istat avvierà un monitoraggio annuale sui dati relativi al mondo del volontariato

Un Terzo settore più aggiornato

Con le rilevazioni si potranno indagare nuove dimensioni della generosità

Antonella Tagliabue

FINITO il tempo delle lunghe attese per l'aggiornamento dei dati sul settore non profit. Nel corso del 2016 l'Istituto nazionale di statistica provvederà alla realizzazione del nuovo censimento, che segue quello pubblicato nel 2012 (su dati 2011) e atteso per dieci anni. Sempre dal prossimo anno il «censimento diventerà continuo», come annuncia Roberta Piergiovanni dell'Istat, grazie ad «aggiornamenti annuali e indagini multiscopo» che consentiranno di monitorare con regolarità l'andamento del Terzo settore.

Le prime reazioni all'annuncio, avvenuto a Milano nel corso di un incontro di Assif (Associazione italiana fundraiser), sono molto positive e confermano la fame di dati sicuri.

Quelli di Istat sono dati reali e accertati. Inoltre, se rilevati su base regolare, potrebbero essere confrontati con i dati dello stesso Istituto sui cittadini e relativi alle dimensioni del benessere sociale, per indagare nuove dimensioni della generosità.

Un altro elemento accolto

con grande favore è la disponibilità pubblica - attraverso il sito dell'Istituto - dei metadati su cui si basano le rilevazioni. Una riflessione condivisa e ampiamente accettata degli stessi potrebbe portare a una migliore definizione delle classificazioni utilizzate - le tipologie di istituzione, le modalità di donazione, tra gli altri - favorendo il confronto e restituendo una fotografia più accurata del settore.

Attualmente non è così semplice fare chiarezza sui numeri del non profit, tra stime e realtà, soprattutto riguardo alla raccolta fondi.

Tutte le ricerche confermano il fatto che gli italiani sono generosi e che ci sono nuove possibilità da perseguire per le donazioni da privati: testamenti, collaborazioni con le aziende, nuovi strumenti e canali web e social.

Occorre però tenere bene a mente la differenza tra dati reali e previsioni, soprattutto per chi di mestiere deve trasformare una disponibilità a donare in euro effettivi.

Con riferimento alle organizzazioni del non profit si affiancano al censimento di Istat le ricerche basate sui dati

di bilancio e la rilevazione dell'Istituto della donazione sugli iscritti, che ha il vantaggio della regolarità e della possibilità del confronto periodico e che, al di là delle performance, conferma un'accesa concorrenza all'interno del settore non profit.

Dal lato dei donatori c'è un'oggettiva difficoltà all'accesso di dati reali da fonte diretta e prevalgono le analisi basate su stime.

Doxa realizza dal 2001 l'indagine su un campione di circa mille «Italiani solidali», integrata dalle rilevazioni sugli internauti (Donare 3.0) e in futuro dal monitoraggio su web relativo alla propensione a donare.

La vera sfida per il futuro consiste nella possibilità di una valutazione incrociata per verificare la generosità degli italiani, cittadini e imprese, con quanto effettivamente raccolto dal non profit, evitando pericolose duplicazioni.

Il punto di arrivo ideale sarebbe la verifica con i dati ufficiali del ministero delle Finanze sulle dichiarazioni dei redditi.

Rispetto alla destinazione dei fondi tutte le fonti con-

cordano che l'area della sanità attira più donazioni, anche perché è una buona causa facilmente comprensibile, ma ci sono ampi spazi di crescita per chi è in grado di lavorare su esperienza e relazioni con il donatore e facendo leva sulle nuove volontà di essere protagonisti attivi, occuparsi di cause vicine e di partecipare a comunità riunite attorno a valori.

Venendo agli strumenti della raccolta fondi, attualmente quella che l'Istat individua come «contatto diretto» è di gran lunga la scelta più efficace, ma si tratta di una definizione eccessivamente generica.

Nel frattempo si vanno affermando anche i contorni della figura del fundraiser di professione. Si tratta in prevalenza di profili sviluppati all'interno dello stesso settore non profit, con una forte formazione specifica e un grande impegno nella raccolta fondi da aziende e istituzioni. Una figura professionale destinata a crescere, anche in considerazione del numero relativamente piccolo di addetti e di organizzazioni che attualmente dichiarano di fare raccolta fondi (circa 60 mila, il 20% del totale).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA FOTOGRAFIA

Le organizzazioni

- L'86% delle istituzioni non profit italiane si finanzia con fonti private
- Il contatto diretto è la modalità di raccolta più efficace indipendentemente dall'anno di fondazione, dalla dimensione e in tutte le regioni d'Italia. Al 4,5% delle istituzioni non profit (quelle con entrate superiori ai 500 mila euro) va l'82% delle risorse disponibili
- Fonte: Istat

Gli italiani donatori

- Gli italiani digitali sono molto generosi. Nel 2014 l'84% degli internauti ha effettuato una donazione. Il 20% ha dichiarato che donerà di più nel 2015 e il 75% come nel 2014. Il 65% ha donato a un numero di associazioni compreso tra due e cinque
- Fonte: DuepuntozeroDoxa

I fundraiser

- Sono 2 mila i fundraiser in Italia: in media hanno 41 anni e nel 65% dei casi sono donne. Il 34% opera in Lombardia. Nell'84% hanno un titolo di studio di laurea o superiore. Nel 69% fanno parte dello staff delle organizzazioni e solo nell'8% dei casi sono volontari
- Fonte: Philanthropy

IL REBUS DONAZIONI

Tutte le analisi confermano che gli italiani sono mediamente generosi ma non va trascurato il gap fra previsioni e incassi reali