

No profit Secondo un'indagine Eurisko sono 25 milioni i connazionali che partecipano alla raccolta fondi per il sociale. Il terzo settore è in buono stato di salute. La crisi non spaventa i cittadini: a tirare la cinghia sono le imprese

Generosi nonostante la crisi Gli italiani continuano a donare

Giuliano Rosciarelli

Il non profit italiano, abituato a lavorare con bisogni da sempre legati a qualche genere di crisi, non è spaventato dalla recessione globale ma studia già come rispondere a essa, ancor prima che questa faccia irruzione nelle proprie casse. A dirlo sono i dati riferiti agli ultimi diciotto mesi: il crollo annunciato delle donazioni, che molti studi avevano indicato intorno al 10%, quantificabile in circa 300 milioni di euro, non c'è stato. Anzi, secondo un'indagine Eurisko, il 2009 ha confermato al contrario un andamento stabile e in alcuni casi addirittura migliore dell'anno precedente. Gli ottimi risultati della raccolta fondi per il terremoto d'Abruzzo, come quelli del Telethon 2009, rappresentano una chiara dimostrazione di come il terzo settore si dimostri ancora una volta in salute. Gli italiani che fanno donazioni per il sociale sono 25 milioni (il 50% circa degli adulti ben al di sotto della media europea) in gran parte sono cittadini privati, il resto fondazioni bancarie, imprese e Stato (5 per mille). Al primo semestre, i dati dimostrano una sostanziale tenuta della raccolta: solo il 37% delle organizzazioni ha lamentato un decremento, mentre il 42% ha mantenuto la posizione consolidata e il 21% dei casi addirittura l'ha incrementata. Chi ha stretto di più i cordoni sono state le imprese, con decrementi anche del 30%, che incidono nel totale delle transazioni per non più del 15%. Sui 5,5 miliardi di euro donati nel 2008, secondo l'Associazione italiana fundraiser, il contributo delle imprese si è eroso soprattutto all'inizio del 2009. «Anche se - chiarisce Valerio Melandri, docente di economia no profit a Bologna - nella maggior parte

Solo il 37 per cento delle organizzazioni ha lamentato un decremento, mentre il 42 ha mantenuto la posizione consolidata

dei casi si è trattato solo di uno spostamento delle decisioni di spesa». I settori maggiormente in difficoltà, risultano quelli della cultura, della cooperazione internazionale e dall'aiuto umanitario internazionale. In particolare quello delle adozioni a distanza. «Una sofferenza prevedibile - commenta Franco Vannini, curatore del rapporto 2009 per l'Istituto italiano della donazione (Idd) - a causa della "lontananza" del bisogno che si avviano a soddisfare. In periodi di crisi - spiega - i consumi si

spostano su ciò che riteniamo indispensabile. Allo stesso modo la generosità degli italiani si orienta su bisogni a loro più prossimi, come la salute, la ricerca medica che, tra i settori analizzati, sono quelli che meno stanno risentendo della crisi». Stando ai dati di uno studio della Charity aid foundation, tra le diverse forme di transazioni previste (bonifici, bancari, bollettini postali, sms, Rtd e carta di credito) quella che più ha risentito della crisi è quella del versamento in contanti con cali anche nell'ordine del 30-40%). «Un dato - commenta Massimo Coen Cagli, autore del primo manuale italiano sul fund raising - significativo perché tale finanziamento copre circa il 47% delle transazioni totali e colpisce in particolar modo le piccole e medie organizzazioni». ■





Zoom

Il profilo dei donatori

Solo il 16% dei donatori sostiene regolarmente un'organizzazione no profit. La media di donazioni è di 180 euro e viene perpetuata solitamente per 7 anni. Il 36% invece sostiene saltuariamente un'organizzazione e in media dona 48 euro per 2,7 anni. Il 48% è regolare nei confronti di alcune realtà (soprattutto religiose) e saltuario con altre. I donatori regolari sono specialmente donne oltre i 64 anni mentre i saltuari sono maschi tra i 25 e i 44 anni. Il bollettino di conto corrente viene scelto dal 55% dei sostenitori regolari, contro il 34% dei saltuari. Il pagamento in contanti viene preferito (per il 41%) dai saltuari mentre solo il 27% di quelli regolari adotta questa forma di transazione. L'sms viene scelto dal 17% dei donatori saltuari e dal 65% di quelli regolari.

g.r.