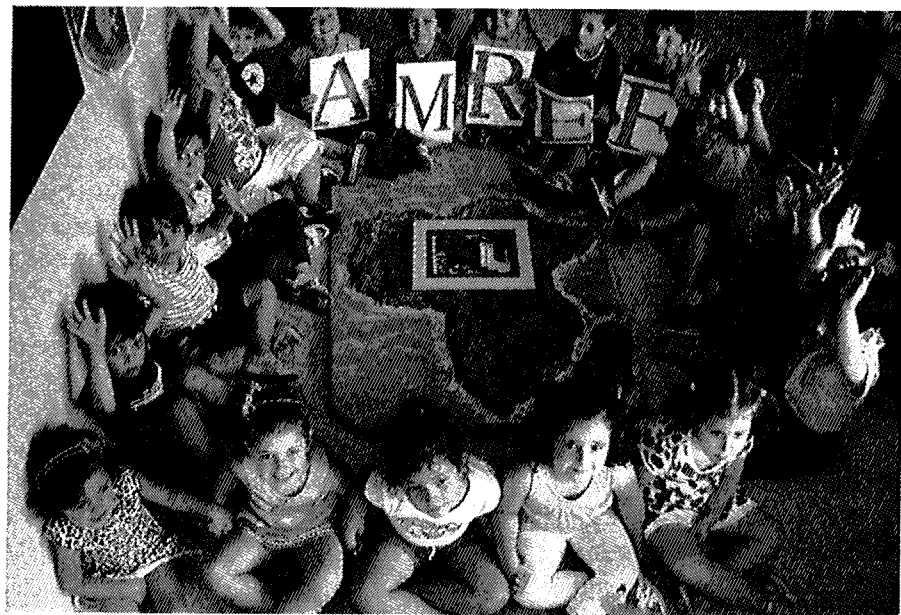


## Fundraising, le formule più evolute

**Strumenti** Il payroll giving e il match giving sono due modalità attraverso le quali le aziende possono devolvere fondi alle organizzazioni non profit con il coinvolgimento dei dipendenti

**L**e attività di fundraising sono molteplici e hanno l'obiettivo comune di coinvolgere persone, enti, aziende e media, al fine di raccogliere le risorse necessarie per sostenere una causa sociale e portare avanti la missione di un'organizzazione. In un contesto sempre più competitivo, caratterizzato da una pesante congiuntura economica e da un processo di revisione della spesa pubblica, trovare il modo per garantire la sostenibilità dell'operato dell'organizzazione nel lungo periodo è uno degli obiettivi cardine di tutti i responsabili del fundraising. Il payroll giving rappresenta un'iniziativa concreta in tale direzione.

Nato già nel 1900 e molto diffuso nei Paesi anglosassoni, il payroll giving è una modalità di raccolta fondi rivolta ai dipendenti. Consiste in una donazione libera, trattenuta men-



silmente dallo stipendio, a favore di una o più cause sociali, il cui importo equivale a una o più ore di lavoro.

Anche l'azienda può dare il pro-

prio contributo sia attraverso la sensibilizzazione in azienda sia con il match giving, ossia il meccanismo opzionale attraverso il quale l'impre-

### La creazione di valore condiviso per impresa, collaboratori, associazioni e territorio

Associazione	Impresa	Collaboratore	Territorio
<ul style="list-style-type: none"><li>• Regolarità del supporto</li><li>• Possibilità di pianificare nel lungo periodo</li><li>• Bassi costi e semplicità</li><li>• Visibilità dell'organizzazione e della propria missione in azienda e nelle famiglie</li><li>• Fidelizzazione del donatore e suo coinvolgimento in altre forme (volontariato, ecc.)</li><li>• Creazione di rapporti stabili con le aziende</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Affermazione reputazione ed employer branding</li><li>• Maggior senso di appartenenza, motivazione e qualità del lavoro</li><li>• Ricadute su retention e recruiting del talenti</li><li>• Maggior impegno in Csr e programmi di sviluppo della comunità</li><li>• Costo quasi zero e semplicità di realizzazione</li><li>• Possibilità di vantaggi fiscali (Mg)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Possibilità di contribuire ad una giusta causa facilmente, velocemente, in modo modesto ma costante</li><li>• Possibilità di recedere in qualsiasi momento</li><li>• Rimborso fiscale (detrazione 19%)</li><li>• Trasparenza attraverso il report di rendicontazione</li><li>• Lavoro come palestra di cittadinanza</li><li>• Soddisfazione e inclusione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lotta alla povertà e all'esclusione sociale</li><li>• Sensibilizzazione istituzioni ed enti pubblici su rispetto diritti umani</li><li>• Assistenza socio-sanitaria e riabilitativa</li><li>• Tutela ambiente</li><li>• Intervento sussidiario laddove l'ente pubblico non può arrivare (welfare territoriale)</li><li>• Creazione di cittadinanza</li></ul>
<b>Comitato di associazioni</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Maggiori sinergie inter-associative (costi)</li><li>• Maggiore impatto nel creare cultura</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Interlocutore unico (comitato)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Garanzia di affidabilità</li><li>• Possibilità di contribuire contemporaneamente a più cause</li></ul>	

Fonte: elaborazione dell'autore

sa può erogare un importo equivalente al totale o a una parte dell'importo donato complessivamente dai propri dipendenti. L'iniziativa può essere attivabile direttamente con la singola associazione o attraverso comitati di associazioni o con agenzie specializzate nella raccolta fondi.

Diversi quindi gli attori principali chiamati in causa e i rispettivi compiti:

- l'organizzazione non profit e/o comitati di associazioni, che hanno il compito di definire un piano di payroll giving prevedendo sia un evento di lancio che momenti di rendicontazione e di coinvolgimento dei collaboratori e dell'impresa;
- l'impresa, che inserisce il payroll giving tra le sue iniziative di responsabilità sociale promuovendola tra i collaboratori. Deve altresì occuparsi, aiutata dall'organizzazione, della gestione delle trattative in busta paga;
- il collaboratore, che ha il compito di compilare il modulo di adesione ed esplicitare il numero di ore da donare e le associazioni destinatarie.

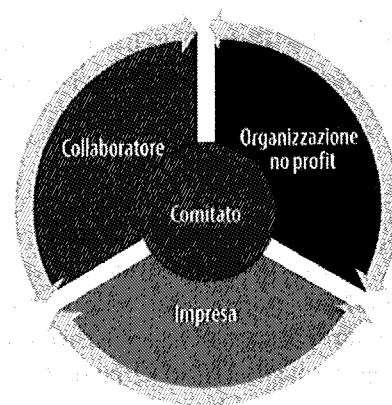
## Questo tipo di donazione fa crescere il valore percepito delle ore trascorse in ufficio

Il payroll giving e il match giving sono, quindi, iniziative semplici attraverso le quali poter garantire un sostegno continuativo e quantificabile che consenta alle organizzazioni non profit di operare in una logica di programmazione di lungo periodo, per una maggiore efficacia nell'attuazione dei loro programmi. Ma secondo la logica della *shared value creation*, grazie al payroll giving e al match giving si determinano benefici trasversali ai diversi attori coinvolti: dall'affermazione della reputazione dell'impresa, alla maggiore inclusione sociale e soddisfazione del collaboratore, senza dimenticare l'impatto diretto sulla comunità di riferimento (per esempio in termini di servizi, diritti e tutela ambientale) grazie all'intervento delle associazioni che operano sul territorio (vedi grafico nella pagina accanto).

Da alcuni anni in Italia, è nata Unora ([www.unora.org](http://www.unora.org)), il comitato che raccoglie cinque onlus di rilevanza nazionale e internazionale quali ActionAid, Amref, Associazione Italiana Sclerosi Multipla, Intersos, Lega del Filo d'Oro. Il comitato si propone come interlocutore unico per le associazioni e per le imprese e punto di riferimento per la promozione della cultura del payroll giving in Italia.

Nel convegno tenutosi in Altis - Università Cattolica del Sacro Cuore - lo scorso 28 settembre si sono visti alcuni casi concreti. Tra questi l'iniziativa "Unora - payroll

## Una partnership allargata



Fonte: elaborazione dell'autore

giving" di Crédit Agricole Cib Italia che rientra nella politica di responsabilità sociale d'impresa della banca.

Si tratta di un impegno preso in prima linea dalla casamadre francese, che da molti anni si dedica a progetti volti allo sviluppo sostenibile, al miglioramento del work-life balance dei dipendenti e all'impegno verso le comunità locali e la società in generale.

Nello specifico, l'azienda ha scelto di implementare il payroll giving poiché si tratta di un'iniziativa che va al di là della mera donazione spot; è un modo che i dipendenti hanno di sostenere progetti concreti prendendosi impegni sostenibili nel lungo termine. Tramite il payroll giving i dipendenti hanno la possibilità di dare ancora più valore, finanziario e sociale, alle ore trascorse nell'ambiente di lavoro.

A oggi, il numero di adesioni è pari al 13% dei circa 130 dipendenti e l'importo medio donato a persona è pari a circa 27 euro al mese: dati importanti dell'impegno concreto di Crédit Agricole e dei suoi collaboratori.

*di Alessia Coeli,  
responsabile divisione welfare aziendale  
e innovazione sociale di Altis,  
Alta Scuola Impresa e Società  
dell'Università Cattolica  
del Sacro Cuore di Milano*

