

# Cinque miliardi di BUONE AZIONI

È quanto raccoglie ogni anno il non profit in Italia. E il grosso va alla ricerca. Ora però il governo...

DI STEFANO VERGINE

**D**onna, laureata, età compresa tra i 35 e i 54 anni, residente nel Nord-Ovest. È il profilo del donatore-tipo, quello a cui guardano con interesse i 600 partecipanti al Festival del fundraising (la raccolta del denaro), evento unico in Italia per i professionisti del terzo settore. Adottare un bambino a distanza, finanziare la ricerca sul cancro, contribuire alla realizzazione di un pozzo nell'Africa sub-sahariana: per certi versi il funzionamento delle organizzazioni non profit è simile a quello delle normali sgr, le società che si occupano della gestione del risparmio. Anche loro cercano soldi, ma con una finalità differente. Invece di investirli in azioni e obbligazioni promettendo lautissimi interessi, il fundraiser vende sogni, appartenenza, partecipazione a un ideale.

Il denominatore comune è il metodo attraverso cui reperire denaro. Spiega Valerio Melandri, docente dell'unico master in Italia sul fundraising: «Chi raccoglie soldi per il non profit non è Robin Hood: è un professionista, un esperto di marketing». Per questo tra il 12 e il 14 maggio, per il terzo anno consecutivo, l'Uni-

versità di Bologna ha organizzato a Castrocaro Terme (Forlì) il Festival del fundraising, attività che in Italia coinvolge circa 10 mila persone. Per capire la rilevanza economica del settore basta un numero. Nel 2009, in Italia, il non profit ha raccolto circa 5,4 miliardi. Le cifre del fundraising italiano sono ancora molto distanti rispetto a quelle registrate negli Stati Uniti, dove l'anno scorso la raccolta ha raggiunto 360 miliardi di dollari. Ma, fatte le debite proporzioni, gli italiani non sfigurano: uno su due ha donato qualcosa (l'82 per cento negli Usa), facendo arrivare il pallottoliere a 3,5 miliardi.

## CHI INCASSA DI PIÙ

Le donazioni, in percentuale, nel 2009

DESTINAZIONI	%
Ricerca Medica	55%
Aiuti d'emergenza (guerre e calamità)	35%
Terremoto in Abruzzo	19%
Lotta contro la povertà nel mondo	15%
Adozioni a distanza	10%
Protezione animali	4%
Difesa dell'ambiente	3%
Patrimonio artistico	2%
Portatori di handicap	1%
Altro (ass. anziani, chiesa cattolica, etc)	6%

Il 100 per cento viene superato perché nel calcolo si considera anche chi fa più di una donazione. Elaborazione dati: Philanthropy Centro Studi, Università di Bologna



Rifornimenti di acqua in Kenya.

A sinistra: Valerio Melandri



Il dato emerge da un'indagine Eurisko sulle offerte dei privati italiani, che contribuiscono alla fetta più grande di questo mercato. Per arrivare ai 5,4 miliardi totali bisogna aggiungere le imprese (circa 300 milioni) e le fondazioni bancarie, che nel 2009 hanno devoluto al mondo del non profit 1,6 miliardi. Ma più che alle cifre totali, il fundraiser professionista guarda al profilo del benefattore. Perché osservando questi dati si possono prevedere le entrate necessarie per programmare i finanziamenti. Si sa, ad esempio, che i donatori regolari in Italia sono il 16 per cento del totale e hanno sborsato mediamente 180 euro a testa. La differenza maggiore rispetto al passato riguarda il profilo professionale dell'offerente. Chi regala soldi al non profit in più della metà dei casi sa di cosa si tratta, cioè svolge attività nel sociale: «Una crescita sorprendente rispetto agli anni precedenti», assicura Melandri, che tutti questi numeri li ha condensati in un libro non ancora pubblicato, di cui «L'espresso» ha potuto leggere alcune parti in anteprima. Un'altra domanda a cui il volume risponde è: «Dove sono finite le donazioni?». Più della metà degli italiani ha scelto la ricerca medica, grazie anche alla forte sponsorizzazione televisiva di alcune associazioni, prime fra tutte Telethon. Il 19 per cento delle risorse nel 2009 è stato drenato dal terremoto in Abruzzo, e in questa occasione si è imposta all'attenzione degli addetti al settore una novità significativa: l'uso preponderante degli sms. I messaggi hanno avuto un ruolo fondamentale negli aiuti: nel corso dell'anno passato quasi la metà del totale dei benefattori ha scelto di effettuare i paga- ▶

menti attraverso questa modalità. Al di là dei mezzi utilizzati, «resta costantemente bassa la percentuale relativa all'ambiente e continuano a diminuire le donazioni rivolte al patrimonio artistico», fa notare preoccupato Melandri. Al Festival del fundraising si parlerà di questo e di quanto ha pesato la crisi sulla raccolta dei fondi. Se nel 2008 ogni italiano aveva regalato 53 euro, nell'anno della recessione la spesa media si è infatti ridotta a 46 euro, record negativo degli ultimi otto anni.

Ma gli aspetti che preoccupano i fundraisers sono altri, primo fra tutti l'aumento delle spese postali: la soppressione delle tariffe agevolate decisa per decreto dal governo rischia di colpire duramente le organizzazioni non profit, che proprio grazie a lettere e periodici mantengono i rapporti con i loro "clienti". L'aumento dei costi si trasferirà sulle cifre effettivamente destinate ai progetti da finanziare, basti pensare che l'Airc (Associazione italiana per la ricerca sul cancro), primo raccoglitore di fondi in Italia, ha spedito nello stesso anno circa 30 milioni di lettere per mantenere i rapporti con i suoi donatori. Discorso simile per gli altri big del settore, dalle multinazionali come Save the Children e Unicef alle italiane Lega del Filo d'Oro e Telethon.

Dopo le proteste dei fundraisers, il governo ha recepito un emendamento bipartisan (firmato da Pd e Pdl) che prevede un tetto massimo del 50 per cento alle agevolazioni postali. Insomma, se fino a ieri per incassare 100 euro se ne spendevano 15, adesso ci vorrà il doppio. «Ma ciò che più ci preoccupa», spiega Melandri, «è che questo aumento è stato deciso all'improvviso, a budget già stanziati, senza che i fundraisers riuscissero a fare sentire la loro rappresentanza». Per questo gli organizzatori del Festival hanno inviato a Castrocara il ministro del Welfare, Maurizio Sacconi. Che ha assicurato la sua presenza. ■

**I dati dicono che i donatori regolari sono il 16 per cento e offrono in media 180 euro a testa**

