

Oltre il 41 per cento dei contribuenti ricorre a questo strumento di dono
Tuttavia, oltre 3mila enti non profit non intercettano neppure un euro
e resta uno strumento di grandi potenzialità non abbastanza sfruttato
Un report sulle scelte fatte dal 2006 al 2018, per orientare i fundraiser

OCCASIONE 5X1000 MA NON PER TUTTI

di NICOLA BEDOGNI*



**Dal punto di vista della
sostenibilità le organizzazioni
non profit lo percepiscono
come uno strumento
di raccolta in più, ma dal punto
di vista sociologico e sociale
esso porta con sé una cultura
filantropica e partecipativa
dei contribuenti
che non è da sottovalutare**

I dati relativi a destinazioni e importi del 5 per mille costituiscono un bagaglio fondamentale per tutti i fundraiser e le organizzazioni del Terzo Settore che ogni anno attivano campagne di raccolta fondi. Alla base del 5 per mille c'è un vero e proprio gesto di cittadinanza attiva: questa «non-imposta» prevede un ruolo preciso da parte del cittadino-contribuente giacché è lasciata alla sua discrezione la scelta allocativa di un contributo dovuto allo Stato. Per quanto riguarda i donatori l'utilizzo del 5 per mille è da anni assestato sul 41 per cento dei contribuenti. All'incirca la stessa percentuale di utilizzo dell'8 per mille, attivo ormai da 35 anni, a dimostrazione di quanto questa modalità di sostegno sia apprezzata e quanto sia importante conoscerne l'evoluzione. Dal punto di vista della sostenibilità le organizzazioni non profit lo percepiscono come uno strumento di raccolta in più, ma dal punto di vista sociologico e sociale esso porta con sé una cultura filantropica e partecipativa dei contribuenti che non è da sottovalutare e che acquisterebbe ancora maggior forza se solo lo strumento fosse più conosciuto e valorizzato.

È incredibile, per esempio, che più di tremila organizzazioni non profit delle 67.700 iscritte non intercettino nemmeno una destinazione. Basterebbe questo dato per dare la cifra di quanto le organizzazioni poco conoscano e poco investano su questo strumento. Al netto delle limitazioni che da anni e con forza viene richiesto al Governo di su-



perare - in particolare la costrizione data dal tetto e l'anonimato dei destinanti - lo strumento esprime indubitabili pregi e potenzialità: assegna circa 400/500 milioni di euro l'anno, cioè quasi il 10 per cento della raccolta annuale complessiva da individui; essendo una quota dovuta non incide sul budget che ciascun individuo ha a disposizione per le donazioni, diventando così sovrapponibile alle donazioni classiche; la destinazione media è di circa 30,63 euro, un importo di tutto rispetto che sommato alla redistribuzione delle scelte generiche si rivela in alcuni casi davvero enorme, come avviene con i 1.600 euro di redistribuzione per ogni firma espressa del nuovo comparto delle Aree Protette.

Nonostante tutti questi pregi è probabilmente lo strumento di raccolta meno analizzato tra tutti, e dunque meno riconosciuto fra il pacchetto di *tools* dedicati alla sostenibilità di un'organizzazione non profit. Probabilmente ciò è dovuto da un lato alla mancanza di quella relazione diretta con il donatore che consente la piena realizzazione del dono e della sua reciprocità, dall'altro perché i dati non solo soffrono lo scarto di 2 anni tra l'attivazione della campagna e i primi risultati di essa, ma sono tantissimi e difficilmente reperibili a causa dei continui aggiornamenti e della mancanza di release in formati elaborabili.

La pandemia si è abbattuta sull'Italia nel periodo dell'anno che normalmente sarebbe dedicato alla campagna del 5 per mille scombinando la programmazione ordinaria e straordinaria degli enti non profit e il lavoro di chi si occupa di raccolta fondi. In questa incertezza la creatività è messa a dura prova: serve infatti una grande resilienza da parte del Terzo Settore anche nelle strategie di raccolta fondi, una capacità che a nostro avviso si affina sia con nuovi approcci e nuovi modi di pensare i servizi e il ruolo nel contesto sociale sia mediante l'analisi e lo studio dei dati a disposizione.

Proprio per questo come Assif abbiamo deciso di realizzare un report sulle destinazioni del 5 per mille fra il 2006 e il 2018 con lo scopo di aiutare i fundraiser e le organizzazioni non profit a comprendere fino in fondo le potenzialità dello strumento e consentire loro di programmare con più cognizione di causa i risultati delle future campagne.

Siamo convinti che solo se i beneficiari comprenderanno appieno il valore dello strumento sarà possibile far capire ai donatori-contribuenti la forza sociale che esso possiede. Abbiamo deciso di rendere disponibile il report a tutti i soci Assif dall'area riservata sul sito dell'associazione *Assif.it*. Per tutti coloro che non sono soci ma che sono interessati a riceverlo sarà possibile scaricarlo un estratto cliccando a questo link <http://www.assif.it/un-regalo-per-te.html> oppure riceverne la versione integrale chiedendo informazioni a segreteria@assif.it.

Presidente Assif - Associazione Italiana Fundraiser

© RIPRODUZIONE RISERVATA