

Lo stato della filantropia in Italia

Edizione 2021



granter

✳️ Italia non profit

Lo Stato della filantropia in Italia

edizione 2021

Il sistema ~~deve essere~~ è già cambiato

Siamo pronti?

Il Paese sta cambiando, il Terzo Settore e la Filantropia anche e si stanno mescolando, mentre la solidarietà incontra le persone in forme e luoghi sempre nuovi.

I progetti sociali fanno bene alle persone e quello sociale è il settore che più le educa ed esercita all'interesse comune, è quello che si occupa dei più deboli, delle fragilità. **La misura della civiltà di qualunque Paese.**

Nella Filantropia e nel Terzo Settore si realizza l'**etica civile** a cui ogni cittadino è chiamato a partecipare, per questo il Settore Pubblico, il Privato Sociale e il Mercato devono identificare insieme i bisogni, oltre che le risposte agli stessi, in **un continuum di responsabilità sociale**, tale da superare il vecchio modello che li vede contrapposti come schieramenti obsoleti di domanda e offerta di patrimonio filantropico e devono farlo con regole di ingaggio nuove restituendo forza e sostanza oltre la retorica al concetto di co-programmazione.

In questo nuovo assetto del sistema filantropico, sempre più digitale, interconnesso e disintermediato, **la missione di granter è quella di facilitare la creazione di relazioni positive e di aumentare la fiducia e l'empowerment degli attori sociali.** Un sistema più ricco di relazioni è più veloce ed efficiente ed è in grado di attrarre più comportamenti donativi e investimenti.

Per il futuro di questo settore, delle relazioni istituzionali, linfa vitale per la raccolta fondi, è essenziale un cambio di passo. La conoscenza delle regole e il rispetto delle procedure e l'isomorfismo dei modelli di intervento, non devono sostituire la conoscenza della realtà e la capacità di rispondere ai bisogni concreti.

La **concorrenza** deve entrare nel sistema filantropico perché garante di meccanismi selettivi per tutti gli altri attori della catena del valore. Per questo vogliamo aiutare ad emergere quelle realtà che hanno smesso di compiacersi per gli sforzi che compiono, per i fondi che erogano e per le attività che realizzano, ma che hanno iniziato a misurarsi in base all'impatto che creano.

Non abbiamo ricette magiche ma sappiamo la differenza che possono fare informazioni e software di qualità. L'**Osservatorio permanente** dedicato alla filantropia e al settore ha questo scopo. **Gli strumenti abilitano la conoscenza, la conoscenza può cambiare i comportamenti, questi cambiano il mondo.**

In ragione di questo offriamo soluzioni accessibili per risolvere problemi complessi che accomunano migliaia di persone.

Giulia Frangione
CEO di Open Terzo Settore

Questo PDF è interattivo.
Tutti i link, gli indici e gli elenchi sono
dinamici.

 Quando vedi questa icona, clicca! Verrai reindirizzato alle
informazioni di tuo interesse.

- Clicca sui numeri di pagina negli indici
- Clicca su link, bottoni e indirizzi e-mail

Elaborata da granter
13 Luglio 2021

granter.it

© Italia non profit

Autore: Elaborazione di Italia non profit

Le informazioni riportate nella presente pubblicazione sono fornite a scopo informativo.
Italia non profit non si assume alcuna responsabilità in relazione alle scelte prese da chi
consulta la pubblicazione sulla base delle informazioni qui riportate.

TUTTI I DIRITTI RISERVATI. È vietata qualsiasi utilizzazione, totale o parziale, del presente
documento per scopi commerciali, senza previa autorizzazione scritta di Italia non profit.

INTRODUZIONE

Analizzare il mondo della filantropia non significa solo osservare come i tanti attori che lo compongono operano, ma anche cercare di comprendere quali sono i cambiamenti che stanno generando e come stanno assorbendo i cambiamenti di un assetto sociale completamente modellato da fattori esterni - come la Riforma del Terzo Settore, la pandemia globale e la trasformazione digitale. Per farlo abbiamo scelto di concentrare l'attenzione su quelli che reputiamo essere i **principali cluster di riflessione:**

- *Come opera il mondo delle aziende?*
- *Cosa stanno facendo le fondazioni?*
- *Cosa è successo durante la pandemia Covid-19?*
- *Come stanno cambiando le relazioni di scambio in questo mondo?*
- *Come viene descritto ad oggi il mondo della gift economy?*

Quello che si intende fornire, con questo report, è un primo punto di riferimento, tracciato con evidenze che sono messe in condivisione, e rese accessibili a tutti per poter valutare e insieme definire un mercato che è in continua evoluzione e che deve - per sua mission - affrontare i bisogni della società.

Le pagine che seguono riportano i dati di una elaborazione compiuta su:

- 275 fondazioni filantropiche
- 995 aziende attive in ambito CSR

e ricerche effettuate durante gli anni di lavoro, studio e osservazione del mercato.

Il report vuole rispondere alla richiesta di dati sulla filantropia di cui il Settore necessita, tracciando un percorso di evoluzione. Una vista di insieme sui numeri di un mercato ancora poco analizzato e costretto in definizioni e confini che meritano di essere superati, o almeno analizzati con occhi diversi.

INDICE

Le Fondazioni	7
Le Aziende	15
Il mercato della gift economy	21
Le opportunità del mercato	23
L'evento Covid-19	29
L'evoluzione dello scambio filantropico	33
granter.it	41
Italia non profit	42
Ringraziamenti	44
Contatti e link utili	45

Le Fondazioni

Qual è il ruolo delle fondazioni e come operano?

Il campione

275 Fondazioni



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

Sono 275 le fondazioni italiane di tipo erogativo o misto analizzate.

Il campione è composto, nello specifico, da:

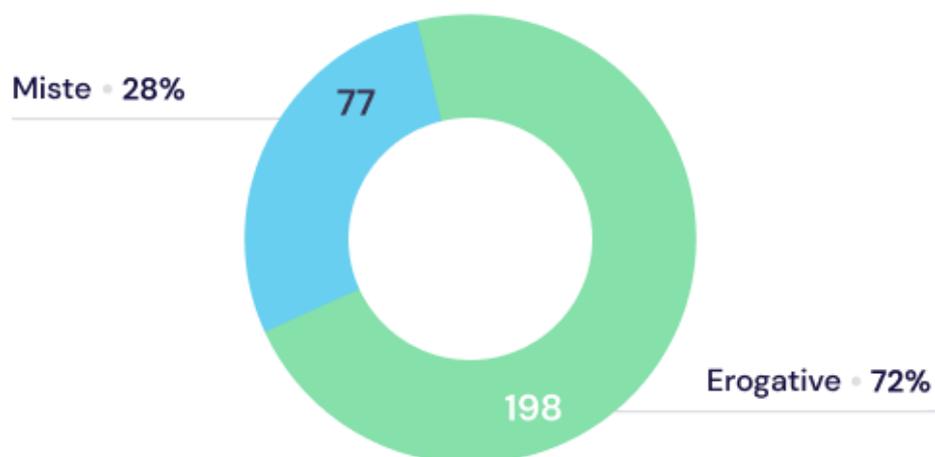
- 131 Fondazioni di Impresa e di Famiglia;
- 44 Fondazioni di Comunità;
- 82 Fondazioni di Origine Bancaria;
- 18 Altre fondazioni filantropiche.

I PROFILI DELLE FONDAZIONI

Un panorama di attori ampio ed eterogeneo che porta con sé caratteristiche, storia e modalità di intervento peculiari. Le tipologie permettono di identificare le norme che regolano il funzionamento, la struttura e il rapporto con gli enti ma sfuggono le caratteristiche di cluster e di come si muovono nel mercato.

[CONOSCI LE DIVERSE TIPOLOGIE >](#)

Come si classificano



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

Le fondazioni italiane hanno principalmente una natura erogativa.

Dal campione analizzato, si suddividono così:

- **198** fondazioni sono di tipo erogativo
- **77** fondazioni sono di tipo misto (al contempo erogative e operative).

Sebbene il 72% delle fondazioni si definisce di tipo erogativo, il supporto dato agli enti tende a perdere le caratteristiche di erogazione a fondo perduto e comprende un coinvolgimento differente dell'organizzazione partner.

LA NATURA DELLE FONDAZIONI

Le fondazioni erogative sono quelle che contribuiscono alla generazione di benessere attraverso l'erogazione di contributi (grants, bandi, borse di studio, sovvenzioni). Le fondazioni di natura operativa sono quelle che gestiscono direttamente progetti, servizi o cura un bene pubblico. Le fondazioni miste operano in entrambi i sensi: supportando gli enti e compiendo azioni dirette o insieme agli enti finanziati.

[CONOSCI I TIPI SU GRANTER >](#)

Dove hanno sede



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

Una distribuzione territoriale che vede nel centro-nord una presenza più importante di fondazioni. Tale collocazione non riflette però la distribuzione dei bisogni sociali, che sono diffusi su tutto il territorio nazionale in modo più eterogeneo. E anzi, sono talvolta maggiormente concentrati in alcune zone (come al Sud). Le sfide in queste aree d'Italia vengono affrontate dalle organizzazioni ma non sono ugualmente presenti attori filantropici.

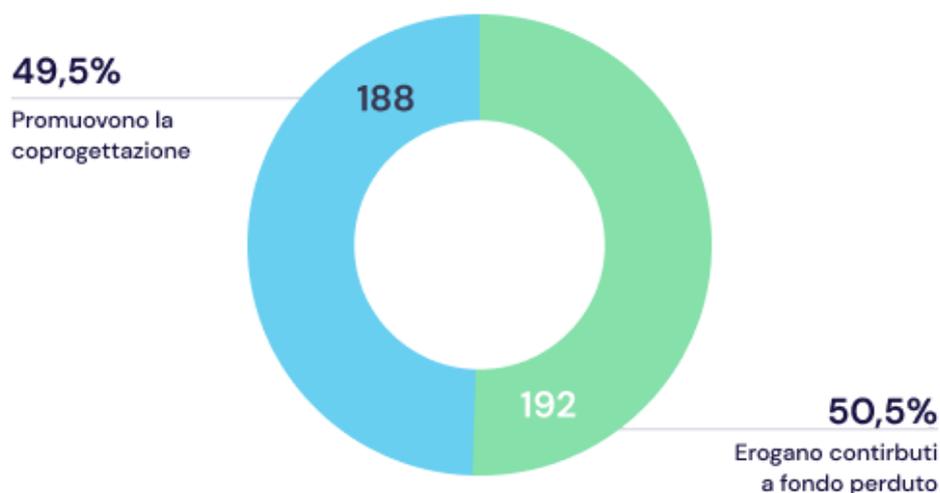
Vita digitale

	Facebook	166
	Instagram	101
	YouTube	100
	Twitter	77
	LinkedIn	74
	Pinterest	4

Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

Le fondazioni hanno una presenza digitale. Utilizzano i social network per comunicare, promuovere le proprie azioni e interagire con le comunità di riferimento. Il social network su cui sono più presenti è Facebook, seguito da Instagram e Youtube.

Come interagiscono con il Terzo Settore



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

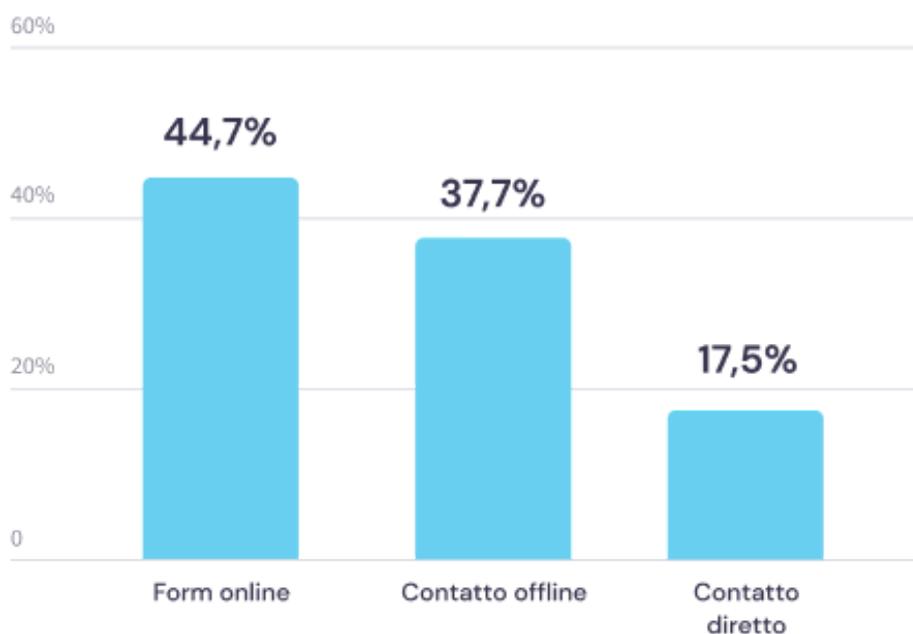
Rapportarsi con una fondazione, per un ente non profit, significa comprendere la modalità con le quali porre le basi della partnership. Per una fondazione, scegliere il tipo di interazione vuol dire porsi su un piano di totale delega (è il caso in cui la fondazione eroga contributi a fronte di una proposta, senza intervenire nel merito) o di coinvolgimento diretto (quando la fondazione desidera co-progettare gli interventi in accordo con l'ente o con la rete di enti che li realizzeranno).

Sempre più frequente è la richiesta di operare in logica di co-progettazione: 1 fondazione su 2 promuove questa pratica.

IL SENSO DELLA RELAZIONE

Co-progettare le azioni significa mettere a fattor comune competenze, esperienze, risorse: la relazione tra fondazione e organizzazione cambia di significato. Non un mero apporto di energia sul progetto o sull'ente, la donazione diventa un modo di creare un rapporto più intenso perché coinvolge diversi aspetti della struttura interna della fondazione.

Come vogliono essere contattate



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021. Campione: 275 fondazioni filantropiche. Il campione è stato costruito selezionando le fondazioni di tipo erogativo o misto con un sito web funzionante.

Le fondazioni desiderano essere contattate dalle organizzazioni principalmente attraverso tre modalità:

- online, ad esempio tramite una piattaforma informatica (ROL) o un form dedicato alla candidatura di un progetto o una richiesta;
- tramite contatto diretto indicato sul sito web, ad esempio via email quando c'è un indirizzo dedicato;
- offline, se non viene specificato sul sito web alcun contatto ma vengono presentate solo informazioni generiche e quindi l'ente deve costruire la relazione andando a ricercare fin da subito un riferimento per presentarsi.

Solo nella metà dei casi analizzati, le fondazioni rendono disponibile una piattaforma informatica o un percorso prestabilito per la candidatura dei progetti o per la presentazione dell'ente. Il 50% delle Fondazioni filantropiche italiane preferisce ancora essere contattata attraverso email generiche, fornendo poche indicazioni agli enti.

LOGICHE DI CONTATTO

Anche la modalità di contatto che la fondazione definisce per ricevere richieste di supporto imprime la relazione con l'organizzazione. Il contatto attraverso il digitale piuttosto che con le classiche modalità offline può indicare una volontà differente sia di strutturare logiche di screening, sia una spinta verso un modo di lavorare che esige strutture più snelle e flessibili (almeno per alcune fasi del rapporto tra richiesta e valutazione).

Le Aziende

Quale ruolo hanno le aziende e come operano?

Il campione

3.608

il numero di aziende che dichiarano sui propri siti di fare CSR e attività di Responsabilità Sociale e di Impresa



1 azienda ogni 2.000
numero di aziende italiane censite da Cerved circa 6 milioni

Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende.

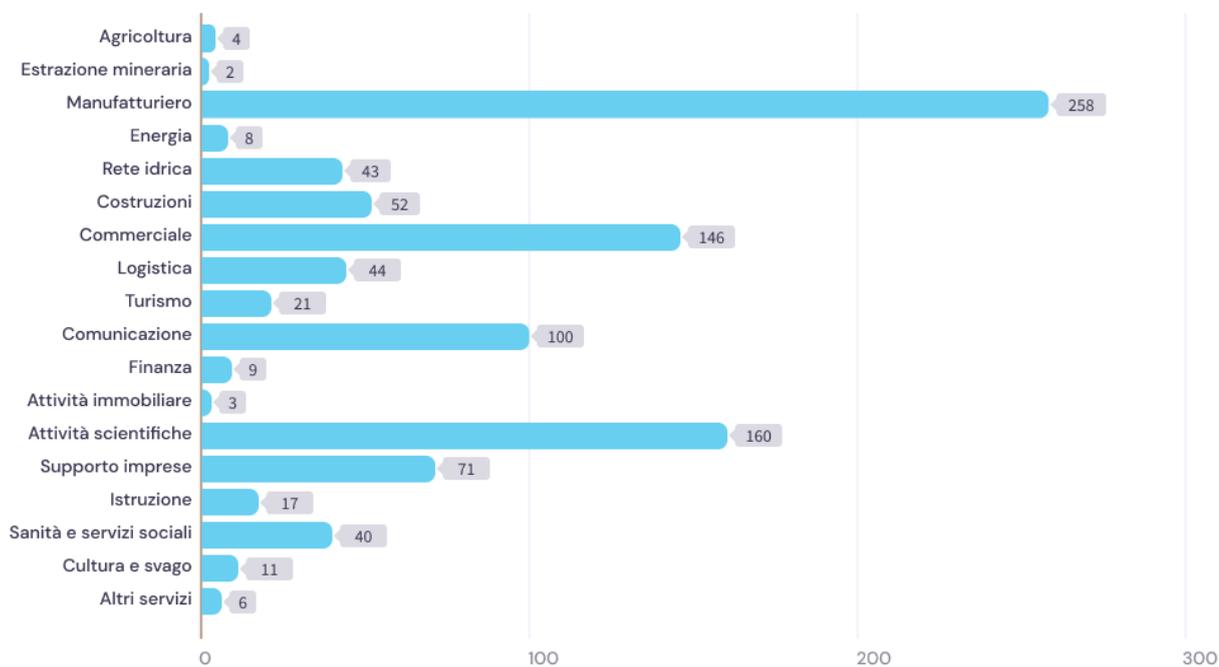
Sono **3.608** le aziende in Italia che dichiarano sui propri siti web di svolgere attività di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI o CSR). Circa 1 azienda ogni 2.000.

Il campione su cui si concentra l'analisi delle azioni filantropiche delle aziende è composto da **995** aziende ed è stato creato partendo dalla base dati delle circa 6 milioni di imprese italiane censite in Italia (fonte: Cerved). Tra queste, sono state prese in considerazione le aziende che sui propri siti web dichiarano di occuparsi di CSR (3.608 aziende), con dati noti e bilanci recenti (restringendo il campione a 2642 imprese), con più di 10 dipendenti e con ricavi stabili negli ultimi anni per un campione di analisi finale di 995 aziende.

CSR COME STRATEGIA

Rispetto ad alcuni anni fa la Responsabilità Sociale diviene parte integrante della strategia di impresa. Non a caso, sui siti web di un numero crescente di realtà di natura "profit" risulta evidente questa attività.

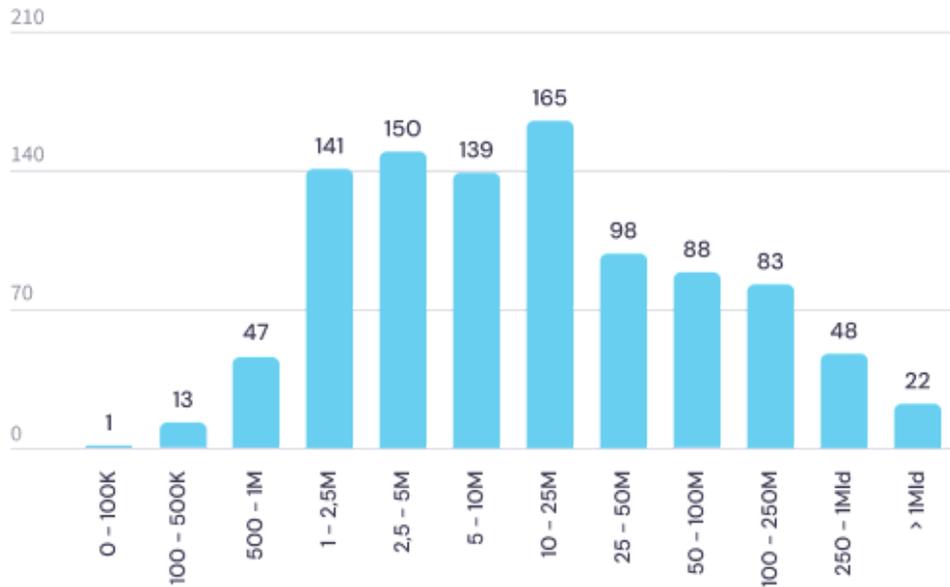
In quale settore è più presente la CSR



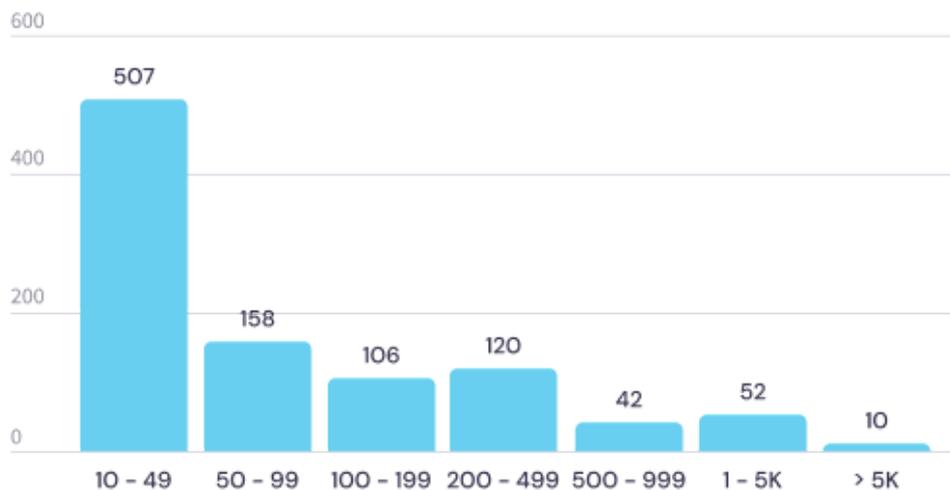
Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende. Base dati: Cerved

Il settore merceologico con il maggior numero di aziende che dichiarano di svolgere attività di CSR è il manifatturiero. Seguito dal settore delle attività scientifiche e dal commercio. Al quarto posto, il settore della comunicazione.

Che dimensioni hanno le aziende che fanno CSR



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende. **Valore entrate in euro**, dati 2019. Fonte: Cerved



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende. **Numero di dipendenti**, dati 2019. Fonte: Cerved

Le dimensioni economiche non limitano la possibilità di impegnarsi in CSR: anche aziende piccole e micro imprese infatti sono attive in questo mercato e anche aziende con un numero di dipendenti non elevato (la maggior parte del campione è distribuito nel cluster di aziende che hanno tra i 10 e i 49 dipendenti).

UNA RESPONSABILITÀ DIFFUSA

Quando ben strutturata all'interno di un'azienda, la responsabilità sociale coinvolge non solo il modo che l'azienda ha di rapportarsi con le organizzazioni non profit, ma anche la diffusione di una cultura aziendale che è attenta a determinati bisogni sociali, a prescindere dal fatturato. La CSR diventa un patrimonio che narra i valori dell'azienda all'esterno e che imprime nelle azioni di partnership con gli enti, nel rapporto con il proprio target, un nuovo coinvolgimento.

Dove hanno sede e quali canali social utilizzano le aziende che fanno CSR per comunicare

	Facebook	398
	LinkedIn	370
	YouTube	250
	Instagram	212
	Twitter	211
	Pinterest	20

Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende.



Analisi desk realizzata da Italia non profit - luglio 2021 su 995 aziende.

Le aziende che dichiarano di svolgere attività di CSR sono territorialmente più concentrate nel centro-nord (principalmente in Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto, a cui fanno seguito il Lazio, il Piemonte e la Toscana).

Sui social network si trovano su Facebook e LinkedIn in modo ma anche su Youtube.

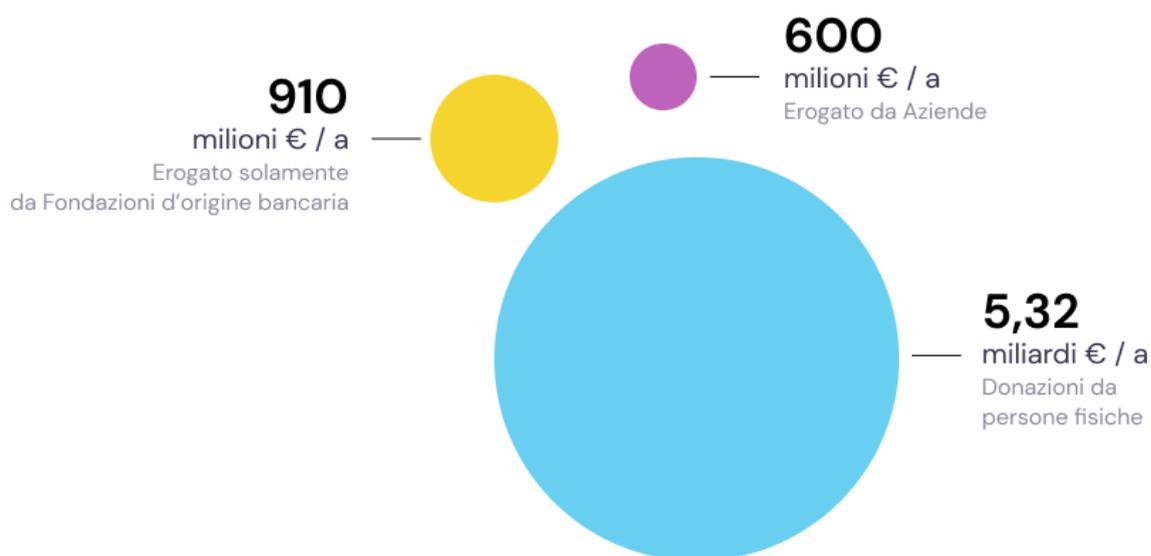
Il mercato della gift economy

Quali sono le dimensioni del mercato filantropico?

Il valore dell'economia del dono

più di 8 miliardi € / a

valore delle donazioni in Italia



Gift economy, economia del dono, mercato delle donazioni, marketplace filantropico: diversi termini per esprimere un ecosistema composto da molteplici attori (non solo fondazioni, aziende, enti non profit ma anche pubblica amministrazione e cittadini donatori) e del quale è possibile misurare i valori che si muovono e che incidono nella generazione di benessere.

Un'economia che vale più di **8 miliardi di euro** all'anno (valore delle donazioni in Italia). Le Fondazioni di Origine Bancaria, da sole, erogano annualmente circa 900 milioni di euro. Le persone fisiche (quindi i cittadini italiani) donano per un totale di 5,32 miliardi di euro all'anno. 600 milioni è invece la misura delle erogazioni annuali che vengono erogate dalle aziende¹.

¹ Le fonti dei dati sono: ACRI, con il rapporto 2019 dedicato alle Fondazioni di Origine Bancaria, Corporate Giving Italy 2018 di Dynamo Academy, Giving Report 2018 realizzato da Vita.

Le opportunità del mercato

Il monitoraggio di granter

Il valore dei bandi

1.580.505.864 €

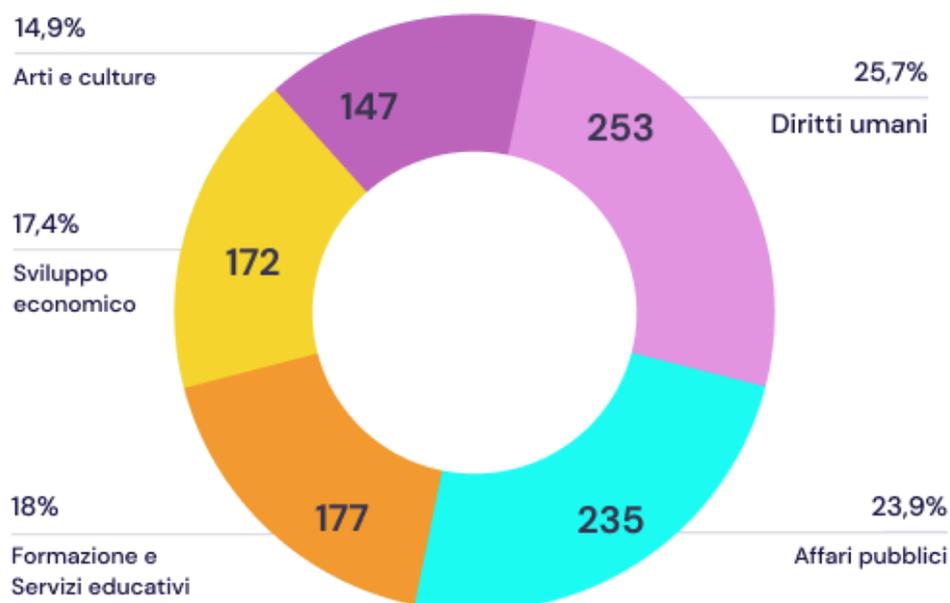
Valore Economico dei soli Bandi
le altre opportunità sono escluse

Analisi realizzata da granter.it - nel periodo gennaio - giugno 2021 con riferimento alle opportunità messe a disposizione del Terzo Settore dalle Fondazioni filantropiche italiane

1.580.505.864 € è il valore economico dei soli Bandi messi a disposizione dalle fondazioni filantropiche italiane nei primi 6 mesi del 2021.

Una misura di quanto l'apporto delle fondazioni al mercato sia importante, che non comprende le altre opportunità di supporto che offrono agli enti non profit (sovenzioni, borse di studio, contributi, ecc).

Le cause sociali più sostenute

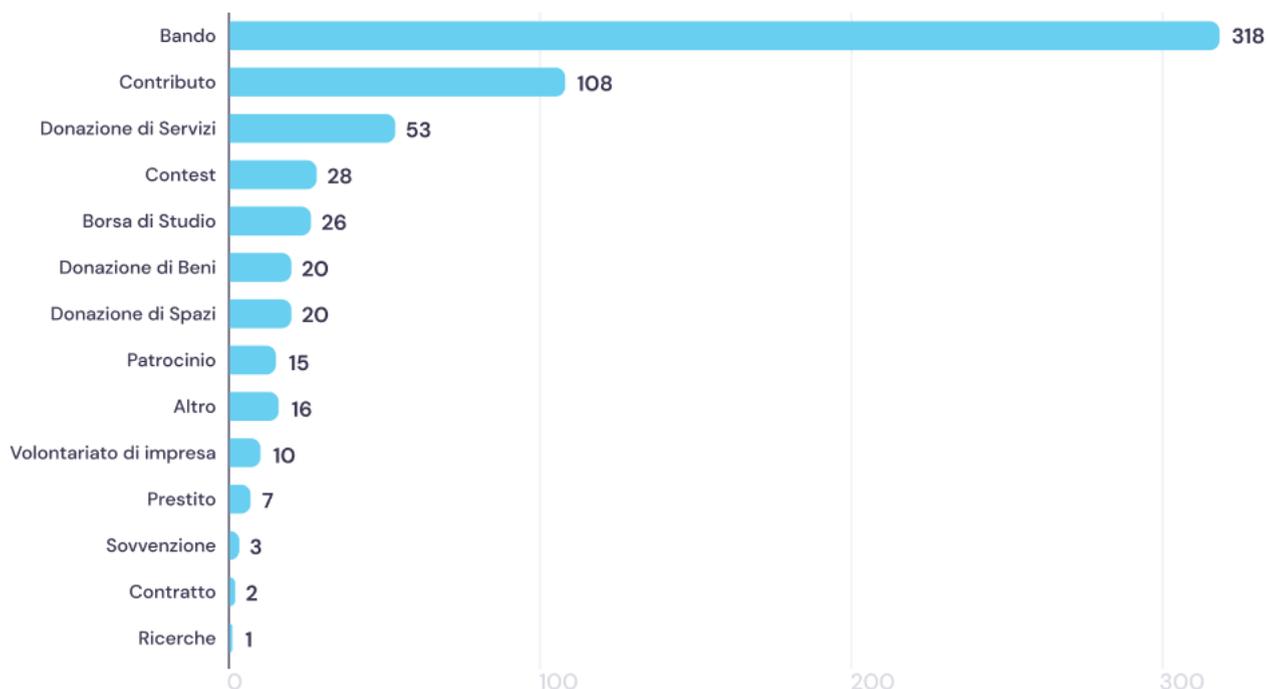


Analisi realizzata da granter.it - nel periodo gennaio - giugno 2021 con riferimento alle opportunità messe a disposizione del Terzo Settore dalle Fondazioni filantropiche italiane

Sono i diritti umani e gli affari pubblici gli ambiti verso cui la Filantropia ha dedicato il maggior numero di interventi nei primi 6 mesi del 2021. Seguono la formazione i servizi educativi e lo sviluppo economico. A chiudere, arti e culture.

Si nota la pressoché assenza dell'ambito sanitario e socio- sanitario. Vanno sottolineati due aspetti: da un lato le Fondazioni Filantropiche (come mostrato nella sezione dedicata all'emergenza Covid-19) sono intervenute direttamente in quest'ambito, offrendo supporto e contributi direttamente ai beneficiari (es. strutture sanitarie, persone in difficoltà) talvolta bypassando l'organizzazione non profit. Dall'altro lato i bisogni della prima parte del 2021 sono mutati, l'emergenza da sanitaria è divenuta economica e sociale e questo dato probabilmente è stato letto anche dalle Fondazioni Filantropiche che quindi hanno intensificato gli investimenti in questa direzione.

Le modalità di finanziamento e collaborazione più diffuse



Analisi realizzata da granter.it - nel periodo gennaio - giugno 2021 con riferimento alle opportunità messe a disposizione del Terzo Settore dalle Fondazioni filantropiche italiane

Nei primi 6 mesi del 2021, il bando rappresenta la modalità di supporto alle organizzazioni non profit più utilizzata dai donatori istituzionali (fondazioni e aziende). Segue il contributo, che si differenzia dal bando perché si tratta di un apporto che viene erogato non sulla base di una “competizione” ma in base alla volontà specifica di collaborare su un progetto o con un’organizzazione non profit. Al terzo posto, la donazione di servizi, una modalità che mette in campo direttamente le competenze interne del donatore istituzionale e che quindi crea dinamiche di azione e relazione totalmente differenti rispetto a quelle che si instaurano quando si osserva la destinazione di soli fondi ad attività.

NUOVE LOGICHE DI COLLABORAZIONE

La volontà di fondazioni e aziende di generare progetti di impatto e di valore sempre di più si esprime attraverso modalità differenti: si guarda al sistema dell'organizzazione non solo per le risorse monetarie che può elargire ma a tutte le energie che può trasferire quando sceglie di sostenere un ente o un progetto. Cambia anche la logica di collaborazione, che diventa sempre più attiva, che segue sempre di meno il flusso di denaro e che si traduce in uno scambio concreto.

I destinatari di Bandi e Opportunità



Analisi realizzata da granter.it - nel periodo gennaio - giugno 2021 con riferimento alle opportunità messe a disposizione del Terzo Settore dalle Fondazioni filantropiche italiane

I donatori istituzionali scelgono partner di ogni tipologia: sostengono singoli individui così come reti di secondo livello, associazioni e ONG e alla stessa stregua le startup innovative a vocazione sociale o gruppi informali.

Che si tratti di un progetto sociale espresso da realtà non formalizzate, così come la mission di un ente non profit o lo sviluppo di una realtà a vocazione sociale, i bandi e le opportunità di finanziamento messe a disposizione dalla filantropia sono una delle principali modalità attraverso le quali reperire importanti energie.

L'evento Covid-19

Cosa è successo nella filantropia e nel Terzo Settore?

La mappa degli aiuti

Iniziative mappate
numero totale

975

totale donazioni e fondi
milioni di €

785,55

Donatori
numero totale

722

iniziative a favore del non profit
numero totale

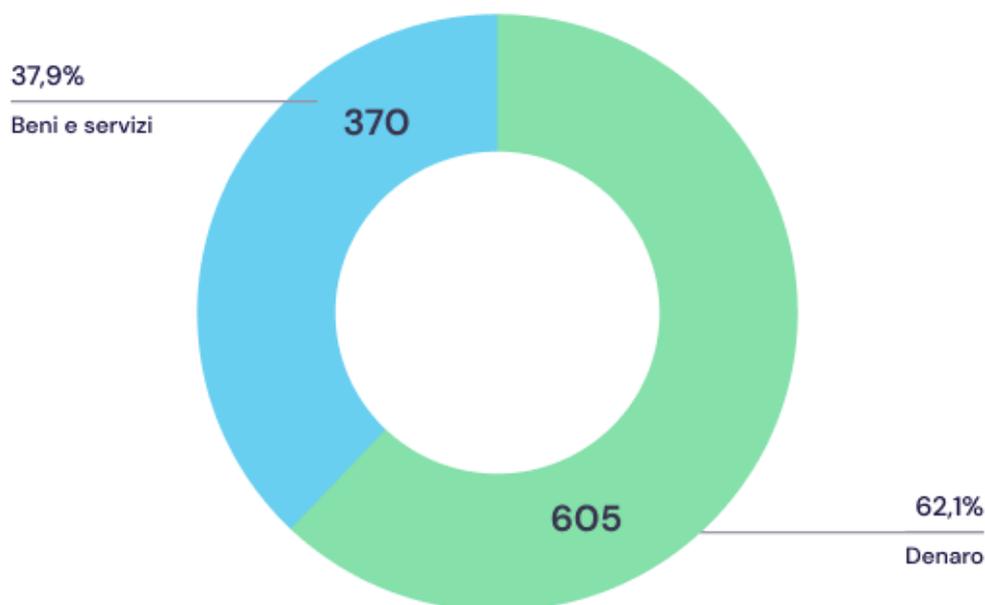
241

La mappatura degli aiuti qui presenta, analizza gli interventi pervenuti durante e in seguito al primo lockdown.

Analisi desk realizzata da Italia non profit in collaborazione con Assifero nel periodo aprile - settembre 2020. Campione: 722 donatori di diversa tipologia: aziende, fondazioni, grandi donatori privati.

Durante il primo lockdown dovuto all'emergenza sanitaria Covid-19 aziende e fondazioni sono scese in campo fin da subito per supportare chi si stava occupando dei bisogni emergenti e per attutire la crisi dovuta dal grave momento economico che si stava vivendo. Sono state messe in ordine e mappate 975 iniziative (di cui 241 degli enti non profit) per un totale di 785,55 milioni di euro donati da 722 donatori.

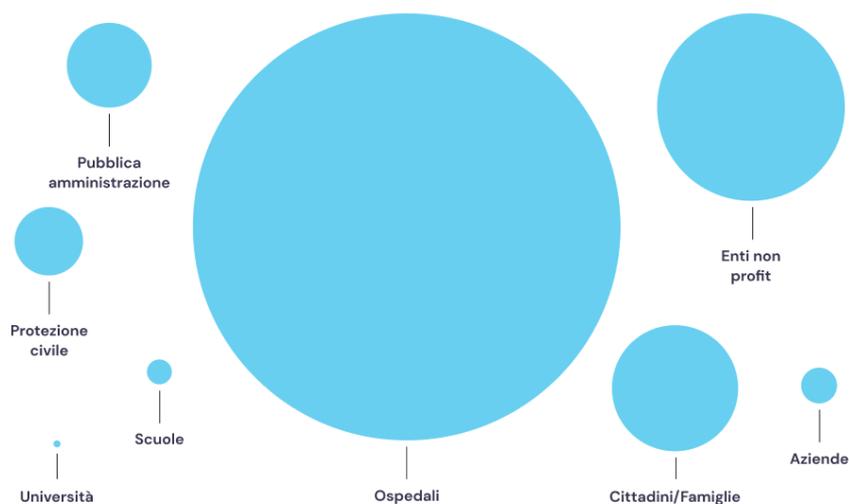
Le modalità di risposta all'emergenza



Analisi desk realizzata da Italia non profit in collaborazione con Assifero nel periodo aprile - settembre 2020. Campione: 722 donatori di diversa tipologia: aziende, fondazioni, grandi donatori privati.

La principale modalità con la quale i donatori istituzionali hanno offerto il loro supporto ai progetti sociali è stata quella dell'erogazione di denaro, pari al **62%** delle iniziative di aiuto messe in campo. Il restante **38%** è rappresentato da donazioni di beni e servizi. Questo sbilanciamento può essere dovuto alla forte necessità di intervenire con risorse economiche in un momento di grande crisi; inoltre, durante ogni tipologia di emergenza, l'erogazione di denaro - anche da parte di privati cittadini - rappresenta la principale forma di attivazione verso chi si sta nei fatti occupando di un bisogno emergente.

I beneficiari delle donazioni durante l'emergenza



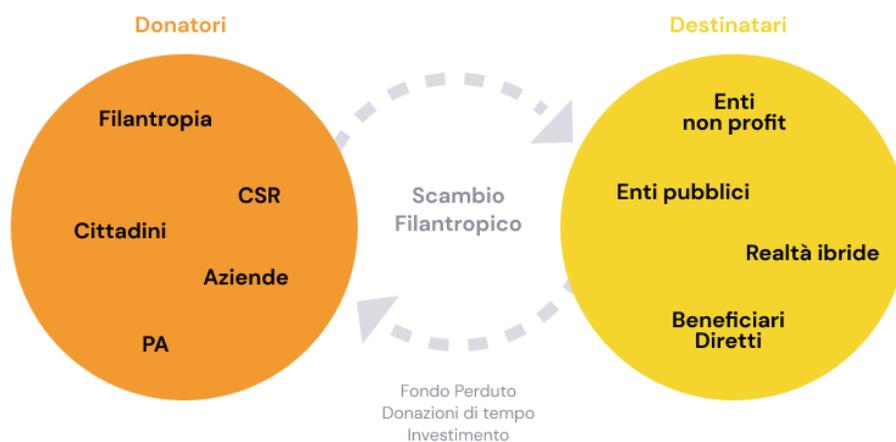
Analisi desk realizzata da Italia non profit in collaborazione con Assifero nel periodo aprile - settembre 2020. Campione: 722 donatori di diversa tipologia: aziende, fondazioni, grandi donatori privati.

Sono stati gli ospedali i principali destinatari delle donazioni dei donatori istituzionali durante l'emergenza Covid-19. Seguiti dagli enti non profit.

L'evoluzione dello scambio filantropico

Come cambia il modello di relazione?

Da un modello impostato su domanda e offerta



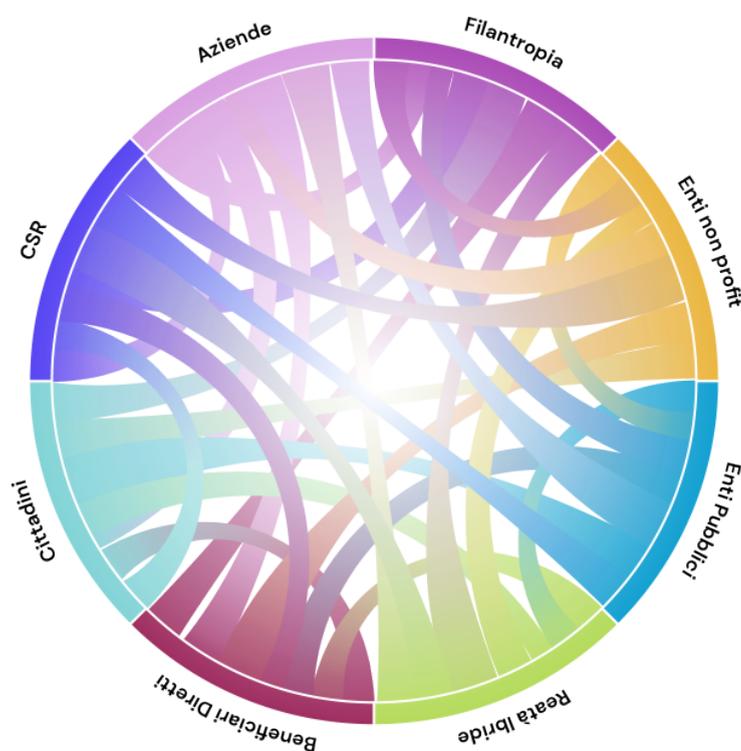
Il modello sul quale finora si sono costruite le relazioni tra i diversi attori del mercato configura uno scambio che mette in relazione:

- la domanda di risorse espressa da quelli che saranno i destinatari (enti non profit, realtà ibride, beneficiari diretti e enti pubblici, le comunità e i territori);
- con l'offerta di risorse che i donatori mettono a disposizione (il mondo della filantropia istituzionale, le aziende, le attività di CSR, la Pubblica Amministrazione, i policy makers e i cittadini).

L'oggetto dell'intermediazione filantropica sono le donazioni a fondo perduto, gli investimenti, le donazioni di tempo, di servizi, il supporto in senso lato che i donatori offrono ai diversi destinatari.

In questo scenario, la filantropia istituzionale, ma anche tutti gli altri attori che operano sul lato dell'offerta, leggono i bisogni degli enti impostando le loro logiche di erogazione con una visione di supporto che va a innescare nuove risorse laddove viene espresso il bisogno.

A un modello più fluido, dove relazioni e ruoli non sono così definiti



La nuova filantropia orienta i suoi interventi in modo diverso rispetto al passato, stanno emergendo nuovi attori e dinamiche, e con essi nuovi criteri allocativi e scenari negoziali.

Il nuovo modello di scambio filantropico si configura come un modello in cui si esprimono **relazioni filantropiche di rete e di sistema**, dove nascono nuovi luoghi di condivisione nei quali si esprimono queste relazioni e che non detengono una univoca definizione: sono appunto, luoghi in cui la commistione di competenze e risorse genera benessere condiviso. La dicotomia tra domanda e offerta viene superata da una logica di network correlato, dove tutti gli attori sono collegati tra loro da dinamiche che comprendono la co-progettazione, la lettura condivisa dei bisogni, la definizione di azioni che hanno alla base valori compartecipati.

L'intermediazione filantropica assume un'accezione più relazionale e porta con sé un'amplificazione delle competenze che il sistema interconnesso mette in condivisione: ogni attore rilegge il suo interno e opera secondo meccanismi che evadono i ruoli che gli sono stati tradizionalmente assegnati. Così gli enti non profit diventano partner della pubblica amministrazione per la gestione delle risorse pubbliche; i gruppi informali co-progettano con le grandi realtà filantropiche; le fondazioni investono in azioni di concerto con i beneficiari; le aziende coinvolgono le risorse interne per creare occasioni di crescita di competenze delle organizzazioni; lo spazio pubblico diviene un luogo non solo vissuto da singoli cittadini ma dalla comunità composta di attori che ne occupano il senso.

What's Next

Gli scenari post-Covid e le questioni aperte.

Il cambiamento imposto dal Covid-19 insieme alla Riforma del Terzo Settore ha portato ad una accelerazione di processi già in essere che hanno messo il mondo della filantropia (aziende e fondazioni principalmente) davanti ad alcune questioni cruciali per il redesign della propria azione filantropica. Le affrontiamo descrivendo le sfide da affrontare e i possibili scenari da configurare: un modo per interpretare il cambiamento e il contesto che si andrà a creare.

Digitalizzazione

Anche la filantropia ha dovuto fare i conti con la "digitalizzazione forzata" causata dalla pandemia. Dalla comunicazione istituzionale al fundraising, dall'offerta formativa alla maggiore attenzione ai contenuti digitali proposti dagli enti non profit nelle candidature progettuali. Gli enti filantropici hanno "svoltato" verso il digitale per rendersi visibili e continuare a realizzare le proprie attività.

Scenari:

⇨ Il paradigma digitale viene fatto proprio per intero, ad esempio spostando online anche le fasi di proposizione dei bandi e selezione delle candidature.

⇨ Si aumenta la presenza digitale della vita dell'ente per lo specifico della comunicazione, ma si torna al pre-Covid in relazione a tutte le funzioni tipiche delle fondazioni e della filantropia istituzionale

Modalità di intervento

1) Progetti sì o progetti no?

La pandemia ha mischiato le carte: mentre prima la progettualità era insieme il punto di partenza e d'arrivo nella relazione con le non profit, il fatto che la pandemia abbia messo a rischio la sopravvivenza degli stessi enti ha costretto la filantropia a ripensare l'oggetto dell'intervento. Mantenere in vita un presidio di socialità e solidarietà è stato ritenuto più rilevante rispetto al finanziare singoli progetti.

Scenari:

⇨ Il "progetto" ritorna ad essere il focus dell'attenzione degli enti finanziatori

⇨ Il "progetto" è uno degli elementi di valutazione della candidabilità delle non profit

2) Slancio operativo

Gli interventi realizzati durante la pandemia hanno richiesto alla filantropia istituzionale un supplemento di capacità organizzativa nel collegarsi con gli enti del territorio e non di rado è essa stessa dovuta intervenire in prima persona passando da un modello puramente erogativo ad uno misto o persino operativo.

Scenari:

⇨ Si ritorna sui vecchi passi: l'emergenza sta finendo e la volontà dei fondatori e del Consiglio di amministrazione è di mantenere una struttura snella che non acquisisce competenze operative.

⇨ Si reinterpreta il proprio ruolo all'interno della società e del territorio. Lo spostamento verso l'operatività (anche in un'ipotesi "mista") è costosa ma può essere quella più utile a perseguire i fini. Nel modello "misto" rientrano anche gli accordi di partnership avanzata con altri enti non profit, dove oltre ad erogare somme, l'ente filantropico si ritaglia un ruolo attivo.

3) Formazione che professionalizza

Non solo ricapitalizzazione degli enti non profit; il capitale umano di quest'ultimi deve essere messo in grado di rispondere in modo più professionale alle richieste e a volte agli stravolgimenti della società.

Scenari:

⇨ L'incremento della professionalità negli enti è rilevante, ma ci si limita a pochi comparti (fundraising, amministrazione)

⇨ Il Capacity building è assunto come uno degli assi portanti della trasformazione degli enti beneficiari

Legami tra Corporate e Fondazione

Durante il periodo di emergenza, le imprese già impegnate in politiche di responsabilità sociale hanno elevato questa funzione interpretando in prima persona, a volte anche a discapito delle proprie fondazioni, il ruolo di soggetto erogatore, sia in denaro che con beni e servizi.

Scenari:

⇨ Le fondazioni d'impresa diventano sempre più un luogo di analisi dei bisogni del territorio, lasciando all'impresa stessa il ruolo di erogatore

⇨ L'impresa collabora con la fondazione nella definizione delle strategie complessive - anche in relazione alle proprie politiche di responsabilità sociale -, lasciando alla fondazione il proprio ruolo di interfaccia con la comunità ed il territorio, incluse le altre non profit

granter.it

Tutte le informazioni che contano per la tua raccolta fondi

granter.it è la piattaforma dedicata alla raccolta fondi che Italia non profit ha creato per supportare gli enti del Terzo Settore.

Su granter.it trovi tutti i contributi a fondo perduto, le opportunità, i bandi, le fondazioni, le aziende e gli enti pubblici che possono sostenere la tua non profit e i tuoi progetti sociali.

Come funziona?

- [Trova bandi e opportunità](#): naviga tra centinaia di call attive in questo momento
- [Cerca donatori](#): conosci e contatta i donatori istituzionali tra fondazioni, aziende ed enti pubblici
- [Conosci la filantropia](#): esplora tutte le interviste, i report esclusivi e gli insights di mercato

L'obiettivo di granter è aiutare le non profit, i musei, le università, gli ospedali, chi ha un progetto sociale e i fundraiser a raccogliere fondi e attivare nuove collaborazioni.

Prova granter.it in anteprima:
[fai una demo gratuita con noi](#)

Italia non profit

Il Terzo Settore accessibile, chiaro, trasparente

Italia non profit è la più grande piattaforma digitale dedicata al non profit in Italia. Divenuta il punto d'incontro e di riferimento per enti, operatori del settore, aziende, fondazioni e cittadini in cerca di informazioni sul non profit, la piattaforma è navigata ed utilizzata ogni giorno da migliaia di utenti in cerca di servizi di utilità sociale e da operatori del Settore in cerca di partner e opportunità di business.

La piattaforma offre una suite di prodotti e servizi di orientamento per la filantropia istituzionale capace di rendere più efficace l'incontro fra domanda e offerta di investimenti sociali e donazioni. Anche grazie a un'ampia rete di partner e collaborazioni nazionali ed internazionali, creiamo nuove opportunità per il Settore, progetti di ricerca, business intelligence (benchmarking e prospecting) e piattaforme digitali di matching (marketplace e intermediazione).

Progetti principali:

- [Fornonprofit.it](https://www.fornonprofit.it) – la piattaforma di servizi e prodotti professionali specializzati per il non profit
- [Guida alla Riforma 3.0](#) – il luogo digitale che orienta e supporta chi lavora nel Terzo Settore a capire e gestire il cambiamento portato dalla Riforma del Terzo Settore
- [Report Covid-19](#) – l'indagine nazionale sui bisogni del Terzo Settore e gli aiuti della filantropia realizzato durante la prima fase della pandemia
- [Global Trends in Giving 2020](#) – la ricerca globale sui comportamenti donativi di cui Italia non profit è partner italiano

Perché visitare Italia non profit?

Il cuore di Italia non profit è la sua community: un gruppo di persone che crede nella condivisione delle informazioni e nello scambio reciproco di idee e soluzioni.

- **Se sei un cittadino** o un donatore Italia non profit ti mette a disposizione un motore di ricerca per trovare e conoscere le organizzazioni più vicine alle tue esigenze, con una lettura trasversale e accompagnata dell'ente.
- **Se sei attivo in una organizzazione** o un ente hai a disposizione una vetrina sul mondo, un luogo pieno di strumenti e risorse per crescere e confrontarti con chi opera su territori o tematiche simili. Italia non profit è il tuo supporto per conoscere e incontrare le fondazioni, le aziende, i privati.
- **Se sei un'azienda, un ente erogatore o una fondazione,** Italia non profit offre strumenti digitali per supportare le attività filantropiche e di responsabilità sociale: benchmark, analisi e studi, gestione di call e bandi, mappature, strumenti di selezione, valutazione e validazione.

Ringraziamenti

Questa analisi nasce grazie a:

Tutte le organizzazioni con cui negli anni abbiamo avuto modo di confrontarci e che hanno raccontato la loro esperienza e condiviso la loro competenza senza mai risparmiarsi.

Tutte le fondazioni e le aziende che non hanno avuto alcuna resistenza nell'aprire le proprie porte, lasciando entrare non solo nuove idee ma facendo fluire azioni e riflessioni che da sempre hanno coltivato, e destinando con lungimiranza risorse ed interventi.

Tutti gli osservatori che continuano a tentare di mettere ordine generando nel Settore una maggiore consapevolezza di cosa il mercato filantropico stia facendo e di quanta necessità di conoscenza ci sia.

Tutta la stampa che da tempo richiede informazioni, dati e analisi perché sente la necessità di fornire ai cittadini e a tutti gli attori sociali una maggiore chiarezza su quanto l'apporto del Terzo Settore e della filantropia sia cruciale per il sistema Paese.

A chi, ogni giorno, con la sua operosità silenziosa, genera benessere, tesse relazioni, imbastisce luoghi di senso e risposte ai bisogni sociali emergenti, in modo nuovo ed efficace.

A tutti questi pionieri dell'innovazione che con mente aperta e visione di futuro hanno investito tempo ed energie nella condivisione va il nostro più grande ringraziamento.

Contatti e link utili

Informazioni

support@italianonprofit.it

granter

granter.it

il data provider per chi si occupa di raccolta fondi da donatori istituzionali.

Italia non profit

italianonprofit.it

La piattaforma di riferimento del Terzo Settore che offre servizi di orientamento agli enti e agli stakeholder del marketplace filantropico.

fornonprofit.it

fornonprofit.it

Il marketplace di Italia non profit dedicato all'incontro tra domanda e offerta di prodotti e servizi dedicati al Terzo Settore Italiano.

SE VUOI DIFFONDERE QUESTO REPORT:

Se sei una organizzazione non profit o un privato cittadino **prima di diffonderla o di pubblicarla** sul tuo sito, [contattaci](#). Ti aiuteremo a farlo nel modo corretto.

granter