

**SOTTO LALENTE**  
di **Alessia Maccaferri**

## *Donare fa bene anche all'azienda*

**I**l 79% delle imprese in Italia considerate in un'indagine sul corporate giving ha in programma quest'anno di mantenere stabili o incrementare le donazioni a vantaggio del Terzo settore. Nel 2016 è stata pari a 153,4 milioni di euro la somma elargita dalle 52 aziende (con un fatturato complessivo di 125 miliardi) prese in esame dallo studio realizzato da Dynamo Academy con Sda Bocconi, in collaborazione con Cecep (il comitato dei Ceo più attivi nella filantropia) e Newman's Own Foundation. Un'alleanza internazionale creata dall'impresa sociale di formazione e consulenza per aziende nata per raccogliere fondi per il Dynamo Camp (che da 10 anni ospita gratuitamente, per periodi di svago, bambini e ragazzi con patologie gravi e croniche). La ricerca sarà presentata in Sda Bocconi, a Milano, il 14 novembre ma era stata annunciata alla «Business for the common good conference», organizzata presso la sua sede in Toscana da Dynamo Academy, nella veste di local authority di

Cecep's Global exchange (il network internazionale del comitato nato negli Usa).

Del tesoretto di 153,4 milioni hanno beneficiato 2.229 organizzazioni non profit soprattutto per cultura, sport e tempo libero (28%), servizi sociali (15%), interventi a seguito di calamità naturali (11%). Uno stimolo in più alla filantropia potrebbe arrivare dalla recente riforma del Terzo settore. «Sarà un incentivo importante ma non l'unico, di per sé non basta - puntualizza Clodia Vurro, docente della Sda Bocconi e coordinatrice della ricerca -. Bisogna continuare a lavorare sulla collaborazione tra non profit e aziende, per partnership innovative che sappiano anche veicolare fondi privati per avere un impatto».

In Italia - in base all'indagine - la quota delle donazioni sul fatturato è dello 0,12%, un dato inferiore allo 0,22% degli Stati Uniti, dove gli sgravi fiscali sono stati finora molto più importanti.

L'impatto positivo delle donazioni non è solo all'esterno dell'azienda (si dona anche per aumentare reputa-

zione e brand value, oltre che per altri aspetti) ma anche al suo interno. Ben il 67% delle società prese in esame ha messo in campo il volontariato aziendale, che sviluppa lo spirito di squadra, l'organizzazione, la creatività, il senso di appartenenza.

Riscuote successo il personal fundraising aziendale. Si tratta di iniziative benefiche per le quali il dipendente di una società si fa promotore in prima persona della raccolta fondi. «Funziona bene perché non è una scelta calata dall'alto - spiega Valeria Vitali, fondatrice della Rete del dono, piattaforma attraverso la quale 50 aziende hanno raccolto 500mila euro di donazioni -. Spesso parte una raccolta perché legata alla malattia di un lavoratore. Oppure perché un collaboratore è già coinvolto in qualche onlus».

Continua ► pagina 22

