



L'analisi

DOPO LA CRISI APRIRE ALLE IMPRESE SOCIETÀ BENEFIT, UN'OPPORTUNITÀ

di **RAUL CARUSO***

L'edizione 2021 del rapporto «Noi doniamo» ha evidenziato che in Italia nel 2020 vi è stato un aumento di donazioni a favore delle strutture che hanno fronteggiato l'emergenza sanitaria. Nel contempo, quelle a favore degli enti non profit sono diminuite. L'eccezionale gravità della pandemia ha chiaramente reindirizzato in maniera sostanziale la generosità degli italiani. Una delle determinanti delle donazioni, infatti, è la «consapevolezza dei bisogni» che dipende sia dalla «vicinanza» che dalla «conoscenza diretta» dei beneficiari. Nel caso della pandemia questi due aspetti sono stati decisivi e quindi i dati presentati non destano sorpresa. Nel contempo, peraltro, dato che le donazioni hanno bisogno di essere stimolate attraverso campagne di sensibilizzazione e di fundraising, le limitazioni alla mobilità e alle attività ordinarie hanno inevitabilmente impedito il contatto e le relazioni degli ets con donatori abituali o potenziali. L'eccezionalità di questa fase storica, comunque, non consente ancora di affermare in maniera definitiva se i comportamenti in merito alle donazioni ritorneranno alle loro forme abituali una volta che la pandemia sarà percepita come superata in maniera definitiva o se prenderanno nuove direzioni. A fare la differenza in questo senso, sarà la percezione che avranno gli individui in merito ai bisogni futuri in ambito sanitario e in particolare in merito alla capacità che dimostreranno le istituzioni pubbliche nel contenere nuove emergenze. In ogni caso, la sfida principale delle organizzazioni non profit dovrebbe essere quella di far crescere in maniera sostanziale il numero e la diversità dei donatori oltre che i

volumi donati. In assenza di una tale espansione, la generosità degli italiani potrebbe reindirizzarsi in via permanente a favore di alcuni settori del mondo non profit e a detrimento di altri. Se da un lato, è quindi evidente che le organizzazioni non profit dovranno modificare e adattare le proprie strategie di fundraising al fine di attirare nuovi donatori, è anche necessario che si amplino le relazioni con il mondo delle imprese. L'attenzione e la consapevolezza che queste hanno maturato in merito alle esigenze di sostenibilità ambientale e sociale lasciano intravedere, infatti, nuove opportunità di sostegno a favore del mondo non profit. In particolare, la crescente diffusione delle società benefit rappresenta un'opportunità in grado di fornire al mondo non profit nuovi partner disponibili a donare non solo in termini monetari ma anche in termini di risorse umane e creative. Le Società Benefit essendo impegnate oltre che nella realizzazione di profitti anche nella creazione di un beneficio comune, si pongono pertanto come interlocutori naturali degli enti non profit nell'affrontare la varietà dei bisogni della società. In questa fase di cambiamento, al mondo non profit, pertanto, spetta in maniera più evidente il ruolo di «intercettare» le nuove attitudini delle imprese in modo tale che la generosità dei privati assuma stabilmente nuove forme in grado di rispondere in maniera innovativa e continuativa alle esigenze delle persone, delle famiglie e dei territori.

*Economista

© RIPRODUZIONE RISERVATA

