



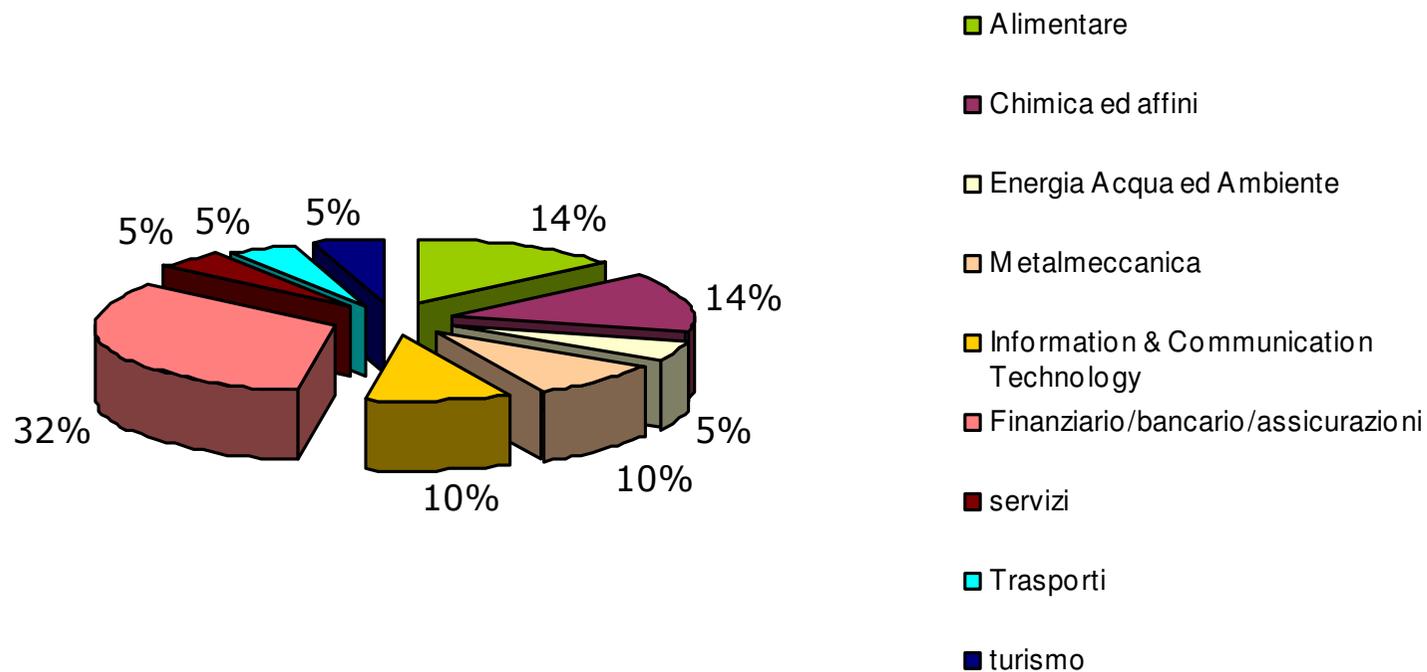
Impresa e filantropia 2007

www.istitutoitalianodonazione.it

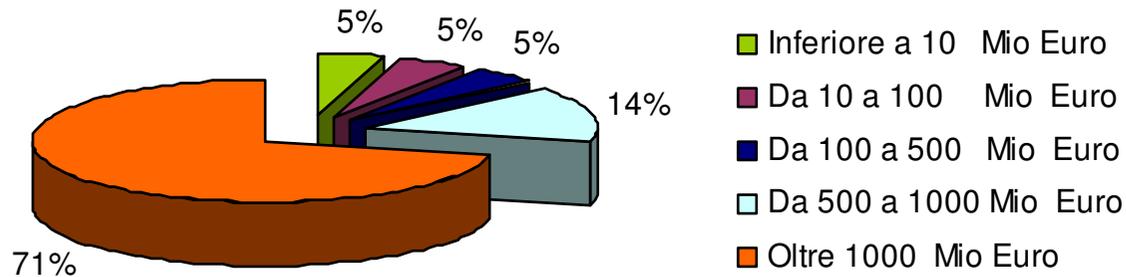
IL CAMPIONE

- **Universo di riferimento:**
64 aziende socie Sodalitas
- **Campione ottenuto:**
21 aziende

Distribuzione in base al settore

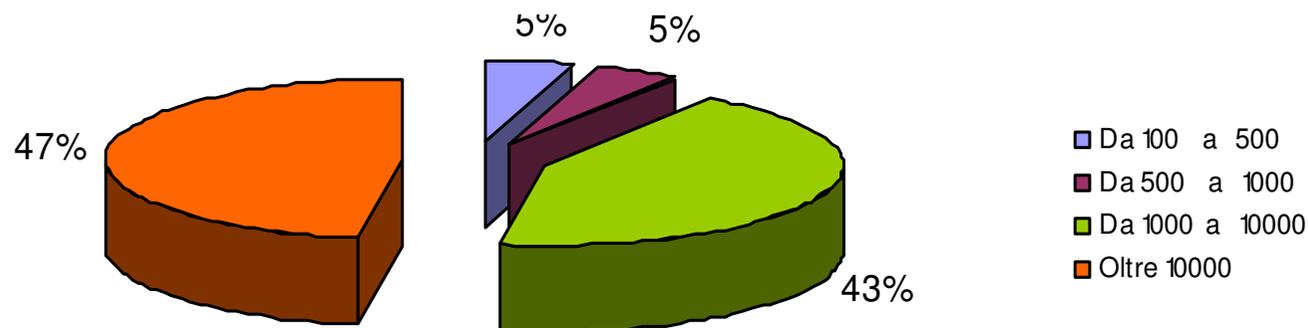


Distribuzione in base al fatturato



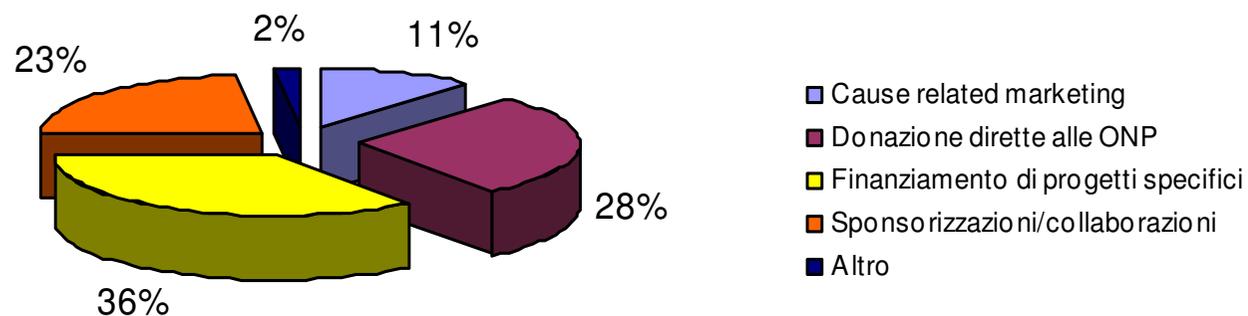
Rispetto al 2006 il campione contiene un maggior numero di aziende con fatturato maggiore a 1 miliardo di euro rappresentando il **71% (15 az.)** del campione stesso seguito da un **14%** di aziende con fatturato compreso tra i **500 e il miliardo di euro (3 az.)** seguito da tre aziende che rispettivamente coprono ognuna i restanti cluster

Distribuzione in base al numero di dipendenti



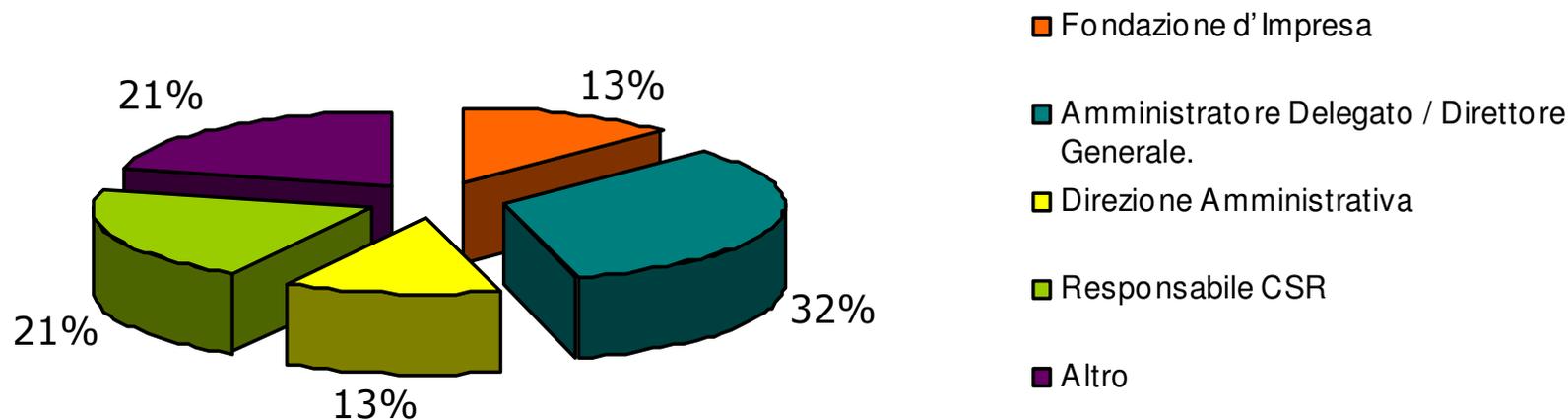
Il 90% delle aziende ha nel proprio organico dai 1000 a oltre 10.000 dipendenti, anche in questo caso, rispetto al 2006 il numero delle aziende con oltre 10.000 dipendenti è cresciuto di un paio di unità

Modalità di finanziamento



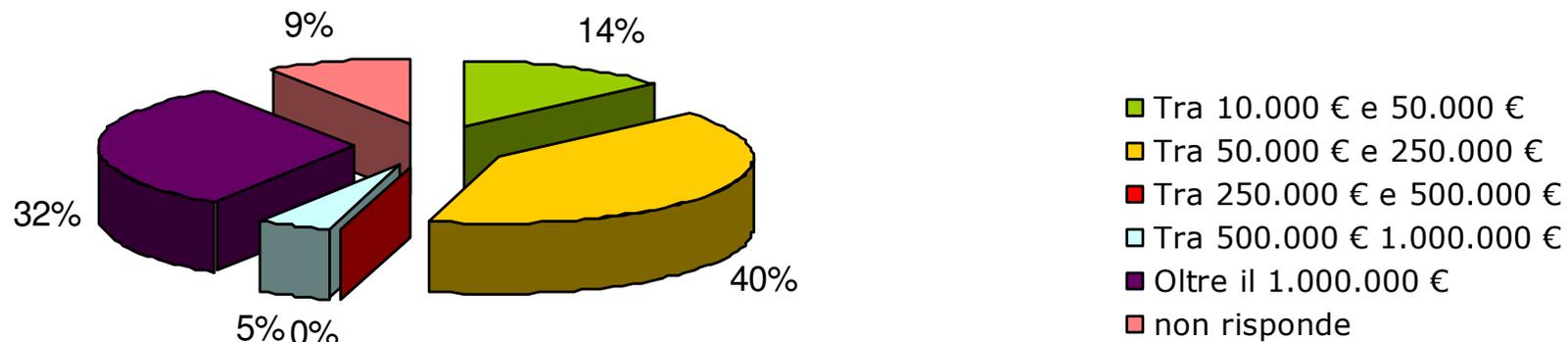
Le modalità di finanziamento preferite dalle aziende intervistate risultano essere quelle rivolte a **singoli progetti specifici e/o direttamente alle ONP**, preferenza, quest'ultima, sempre accompagnata da una seconda o terza preferenza, stando a significare che la **donazione diretta** risulta **complementare** alle altre attività di finanziamento e mai esclusiva.

Gestioni delle erogazioni



Nel **32%** dei casi le liberalità sono gestite dalla figura Dirigenziale di riferimento e in 5 casi su 8 questa non risulta accompagnata da altre scelte, evidenziando la completa esclusività e potenziale discrezionalità della funzione erogatrice. In questi casi però è ravveduta la necessità di un codice etico adottato dalle Onp finanziate, forse proprio perché si intravede il pericolo di autoreferenzialità delle scelte, che solo in un caso sono dettate anche da criteri oggettivi (esistenza del bilancio sociale). Nei rari casi in cui è la fondazione d'impresa (**13%**) a gestire i flussi di denaro verso il terzo settore, questa non agisce mai sola, ma sempre in collaborazione con altri ruoli aziendali, denotando la non completa indipendenza rispetto alla azienda madre.

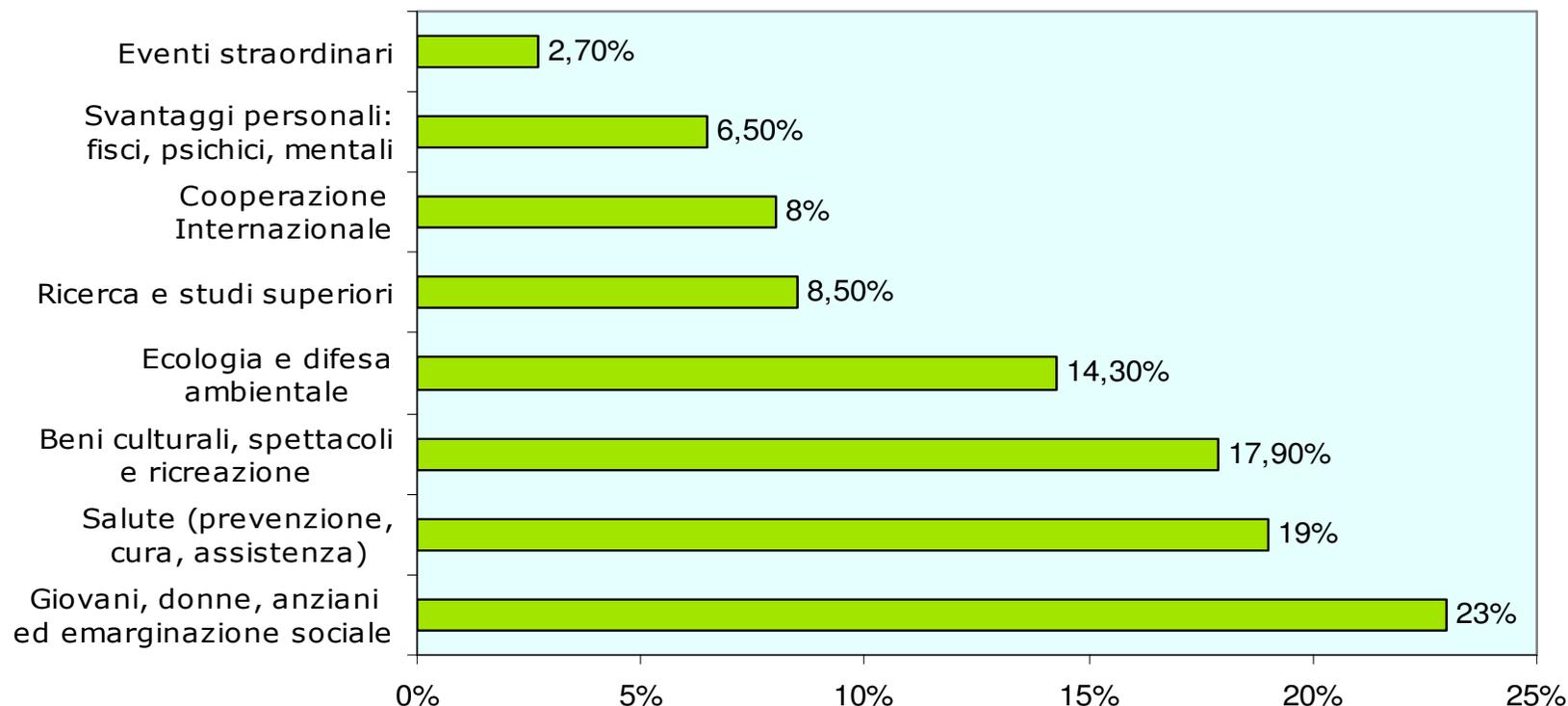
Valore delle erogazioni



Nel **40%** dei casi il valore delle erogazioni è compreso tra i **50.000 e i 250.000** euro seguita da un **32%** di aziende, per lo più nel settore finanziario (banche e assicurazione) che dona più di un milione di euro del proprio giro d'affari al non profit.

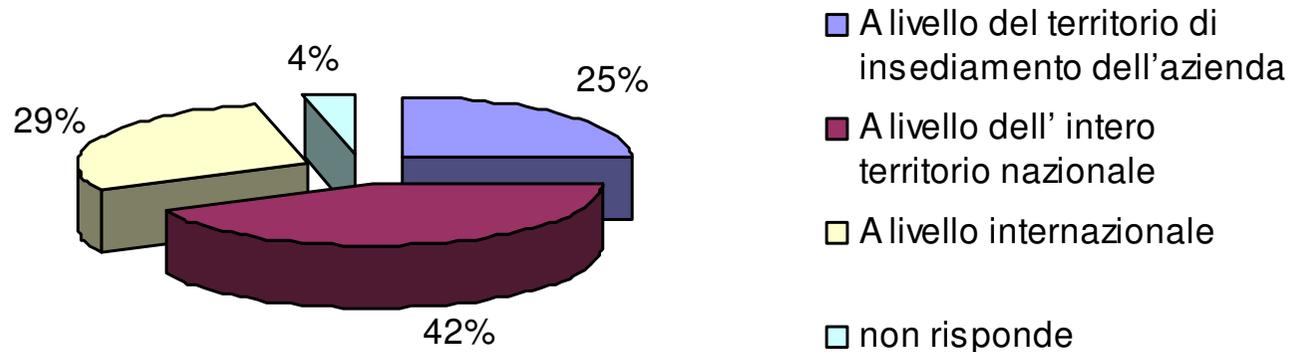
Semberebbe che le aziende del campione di quest'anno donino di più rispetto all'anno precedente che infatti per il 43% donavano da 10.000 ai 50.000 euro contro solo il 14% che erogava oltre il milione di euro.

Settori finanziati



La distribuzione dei finanziamenti rispetto alle aree di intervento delle ONP selezionate non si discosta di molto rispetto all'anno precedente, i due settori maggiormente finanziati restano "l'**emarginazione sociale**" e la **salute**" mentre sembra ci sia una maggiore attenzione verso il settore ambientale e dell'ecologia che rispetto all'anno precedente passa dall'ultimo posto al quarto con un **14,3%** ; molto probabilmente ciò è legato alla massiccia campagna di informazione ad opera dei media sui danni causati dalle attività produttive umane nei confronti del pianeta terra.

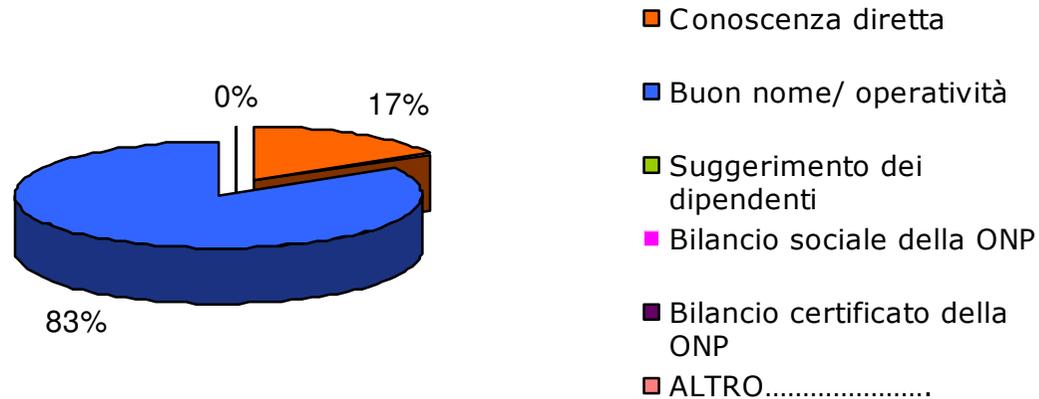
Territorialità dell'intervento



La maggior parte delle aziende (**42%**) sceglie di investire sull'intero territorio nazionale, anche se soltanto 4 di queste fanno una scelta esclusiva mentre delle restanti 10, 5 (multinazionali), dichiarano di investire anche a livello internazionale, 4 anche a livello locale escludendo l'internazionale.

Le più attente però all'eventuale adozione di un codice etico sono le aziende che operano esclusivamente a un livello di territorialità (locale o nazionale o internazionale), in particolare trovano utile l'appartenenza all'IID delle ONP finanziate.

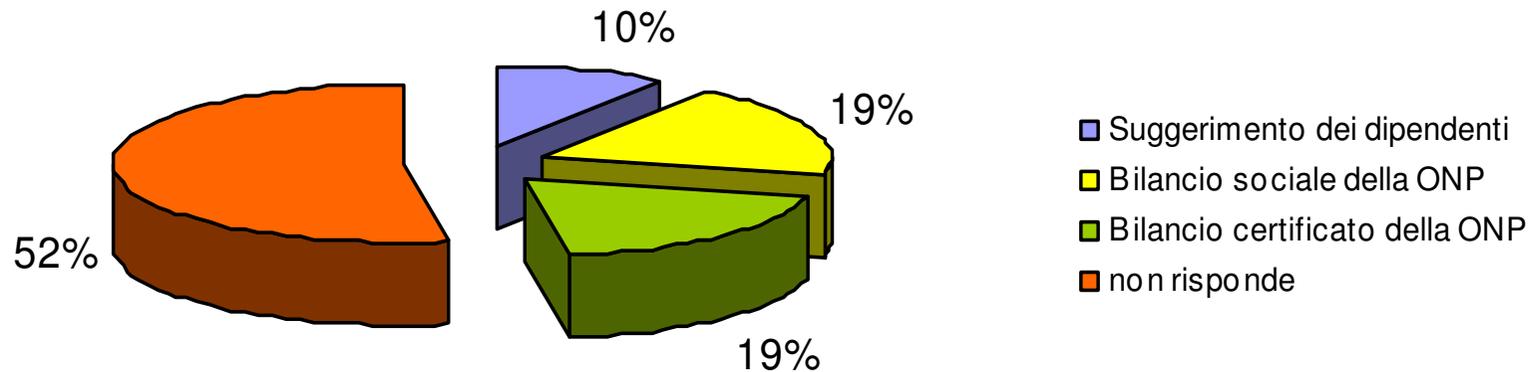
CRITERI DI SCELTA Primo posto



Al primo posto tra i criteri di selezione da noi proposti spicca con **l'83% il "buon nome/ operatività"** della ONP, confermando il trend dell'anno precedente: le organizzazioni non sono ancora dotate di un meccanismo di selezione basato su elementi oggettivi di valutazione (bilancio sociale e/o bilancio certificato, che come si può vedere dal grafico successivo risiedono all'ultimo posto della classifica

CRITERI DI SCELTA

Ultimo posto

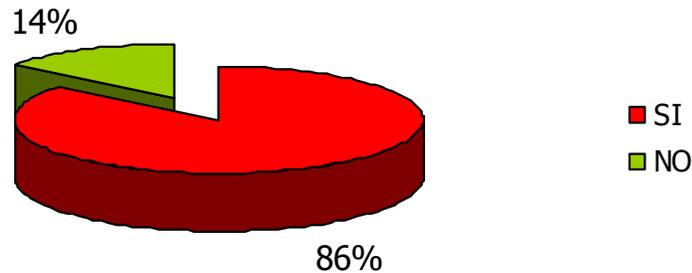


All'ultimo posto, come già evidenziato, si trovano il **bilancio sociale** e il **bilancio certificato**.

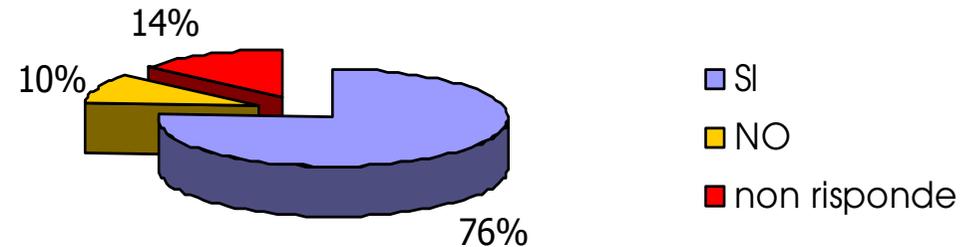
Quel **52%** di aziende che non risponde, nei fatti, come "non risposte" tralascia proprio i due criteri evidenziati, che va sommato a quel 38% (19% **bilancio sociale** e 19% **bilancio certificato**) si arriva al 90% di aziende del campione che ne giudica come irrilevante l'analisi.

IL CODICE ETICO

Utilità dell'adesione a un codice etico

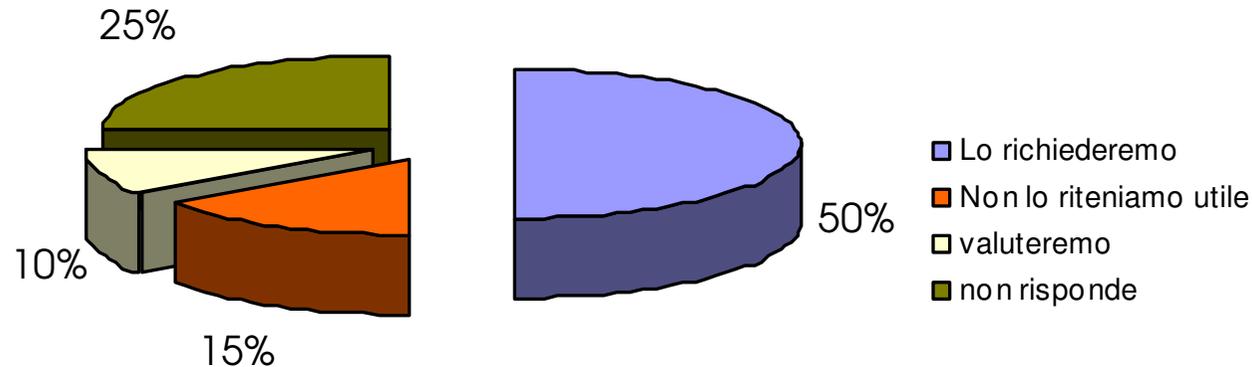


Adesione alla Carta della Donazione come criterio di valutazione



L'**86%** delle aziende ritiene che l'adesione a un codice etico (generico) possa essere una un utile criterio di selezione per le ONP da sostenere. ; la percentuale diventa del **76%** quando al codice etico generico si da il nome di "Carta della Donazione" che rispetto all'anno precedente è cresciuta più del doppio, denotando che in un solo anno di attività l'Istituto ha acquistato notorietà e credibilità anche nel mondo aziendale il quale riconosce nell'IID una voce autorevole capace di dare rassicurazioni e garanzie sulle scelte fatte nei confronti del non profit.

Inserimento adesione alla carta della donazione tra i criteri di scelta



E' incoraggiante notare che, nonostante la "non attenzione" verso alcuni degli elementi oggettivi di valutazione, (bilancio sociale e bilancio certificato all'ultimo posto nell'80% dei casi) il **50%** delle aziende dichiara di voler inserire tra i criteri di selezione l'accREDITAMENTO all'IID, perché riconosce l'importanza e la serietà dello strumento nonché l'utilità oggettiva di un ente terzo che controlla, indipendentemente alle necessità aziendali, l'operato delle ONP che fanno richiesta di finanziamento.



Istituto Italiano della Donazione (IID)

Via Pantano, 2 - 20122 Milano

Tel 02 87390788 - Fax 02 87390806

istituto@istitutoitalianodonazione.it

www.istitutoitalianodonazione.it