

Gli Italiani e le donazioni: tra slancio etico e bisogno di rassicurazione

**I risultati di un'indagine condotta da GfK Eurisko per l'Istituto
Italiano della Donazione**

Paolo Anselmi – Vice Presidente GfK Eurisko

Gli obiettivi

1

1. Stimare **il numero** e tracciare **il profilo dei donatori italiani**
2. Comprendere **gli atteggiamenti nei confronti delle donazioni**, in particolare **i significati** che l'atto di donazione assume per chi lo compie
3. Individuare **i criteri di scelta** tra le differenti ONP
4. Esplorare le **aspettative dei donatori nei confronti delle ONP** per quanto riguarda le **garanzie di affidabilità/onestà/trasparenza.**

La metodologia

2

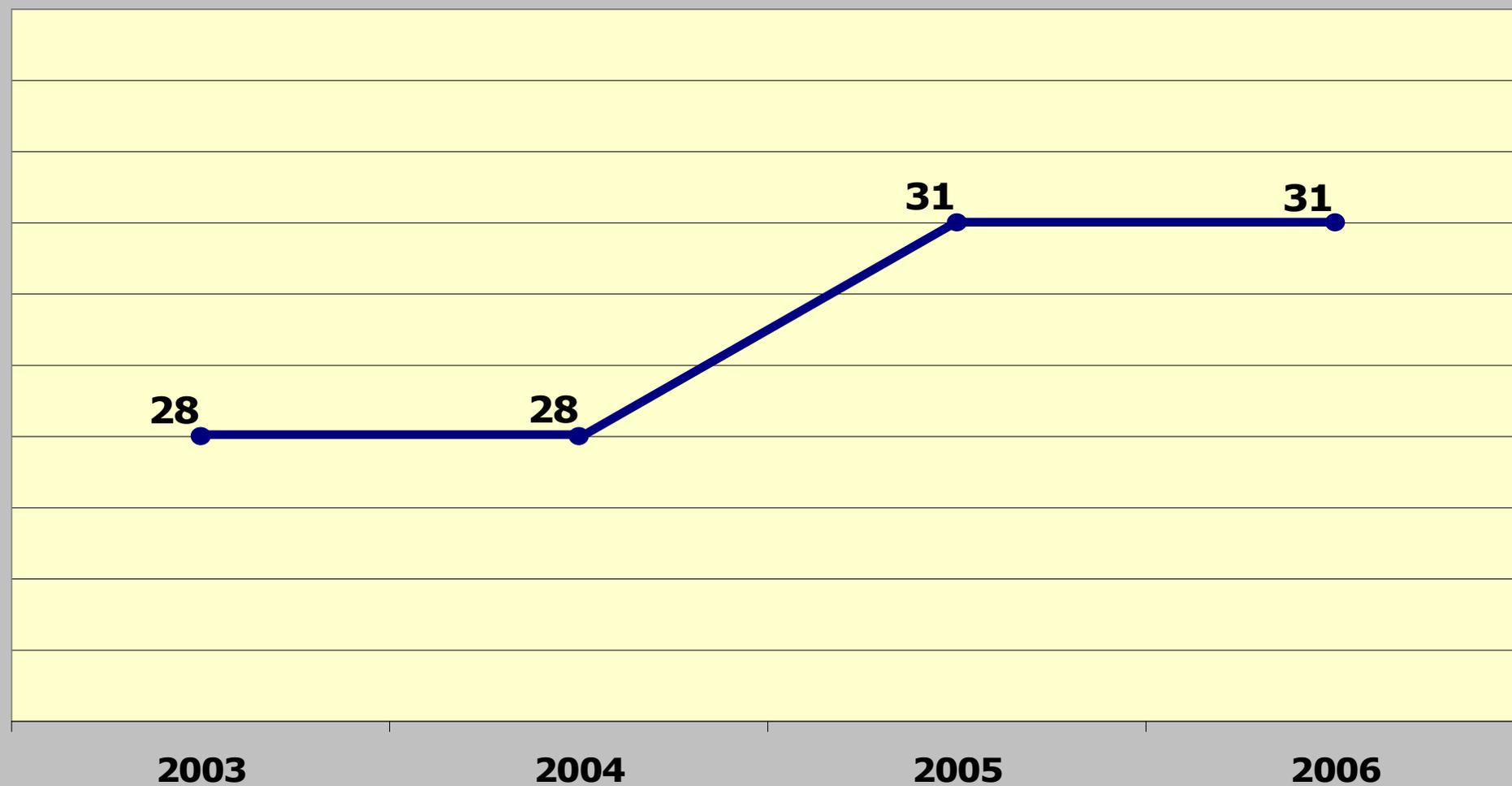
L'indagine ha avuto **una fase quantitativa di misurazione e una fase qualitativa di approfondimento.**

La **fase quantitativa** si è basata su **10.000 interviste personali** (Indagine Sinottica, maggio/giugno 2006) ad un **campione rappresentativo della popolazione italiana di età di 14 anni ed oltre.**

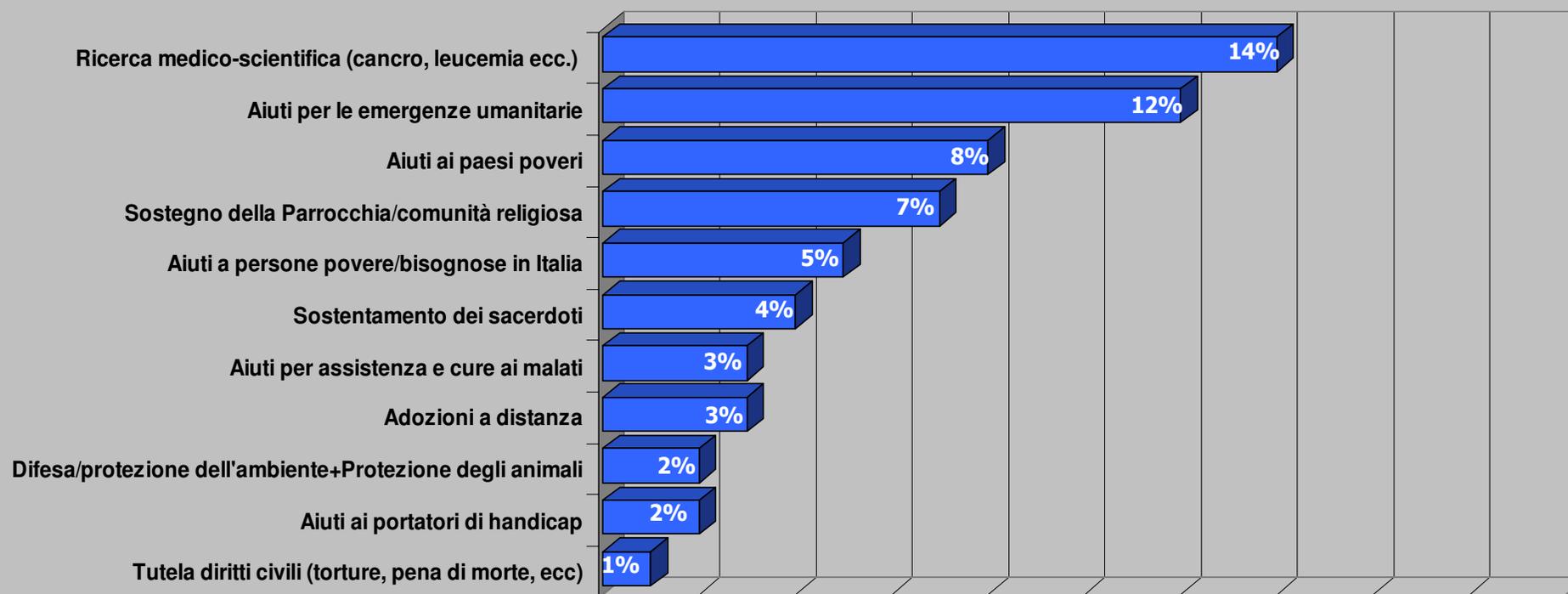
La **fase qualitativa** è stata realizzata tramite **32 interviste in profondità** a:

- soggetti che avevano effettuato **almeno una donazione in ambito sociale - umanitario nel corso degli ultimi 12 mesi**
- **distribuiti in 4 città** (Milano, Bologna, Roma e Bari).

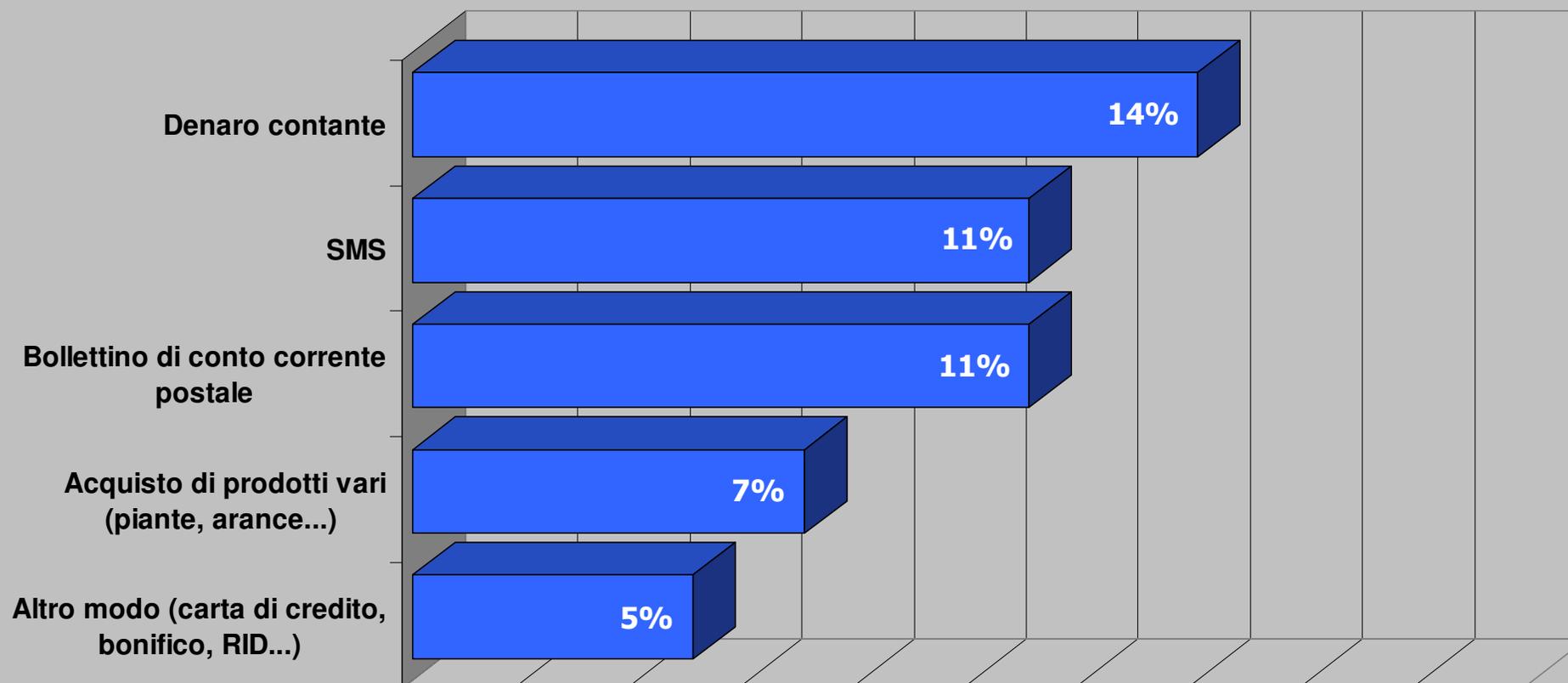
Percentuale di chi ha effettuato almeno una donazione negli ultimi 12 mesi - Trend 2003-2006



Le donazioni effettuate negli ultimi 12 mesi

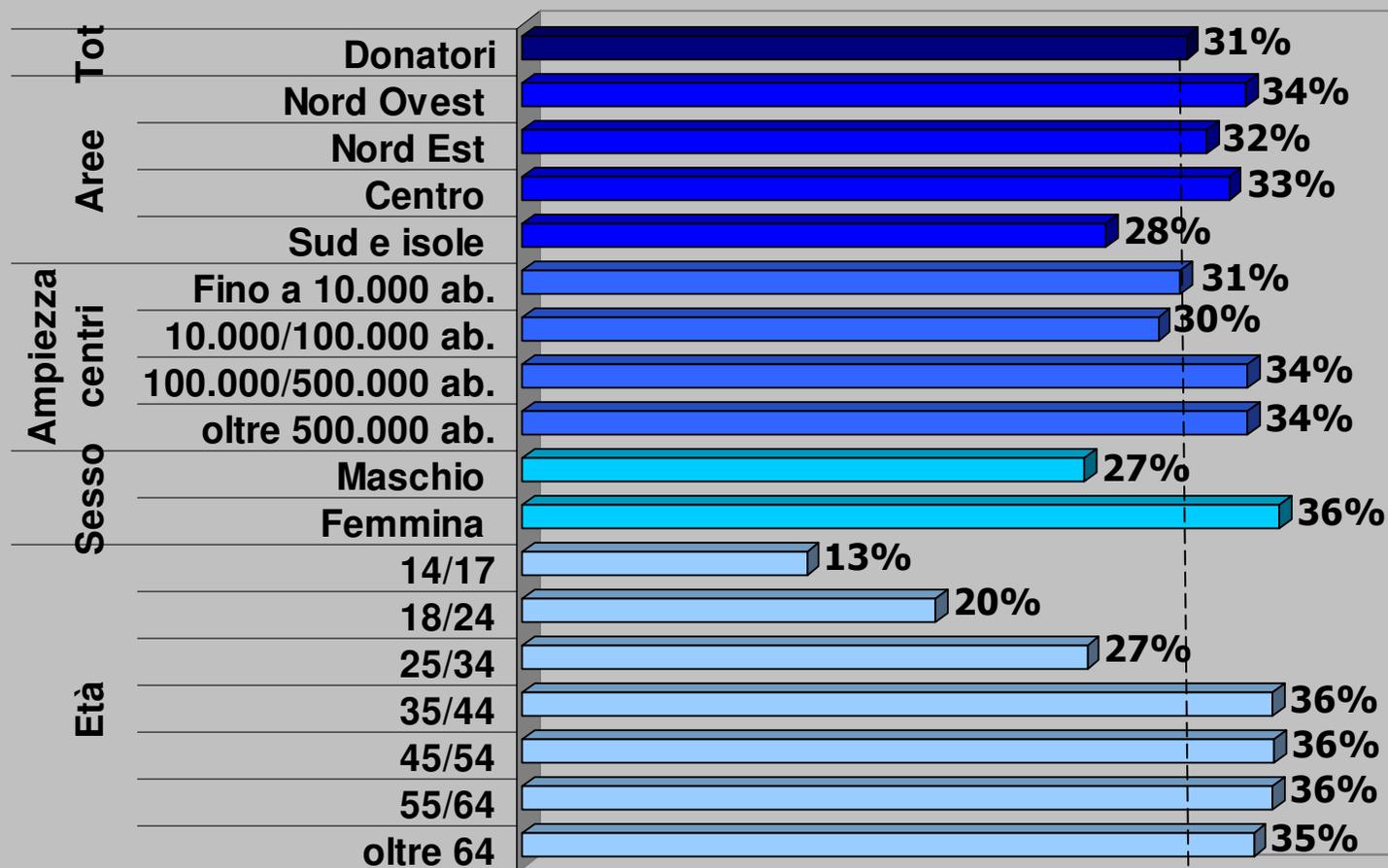


Le modalità con cui sono state effettuate le donazioni



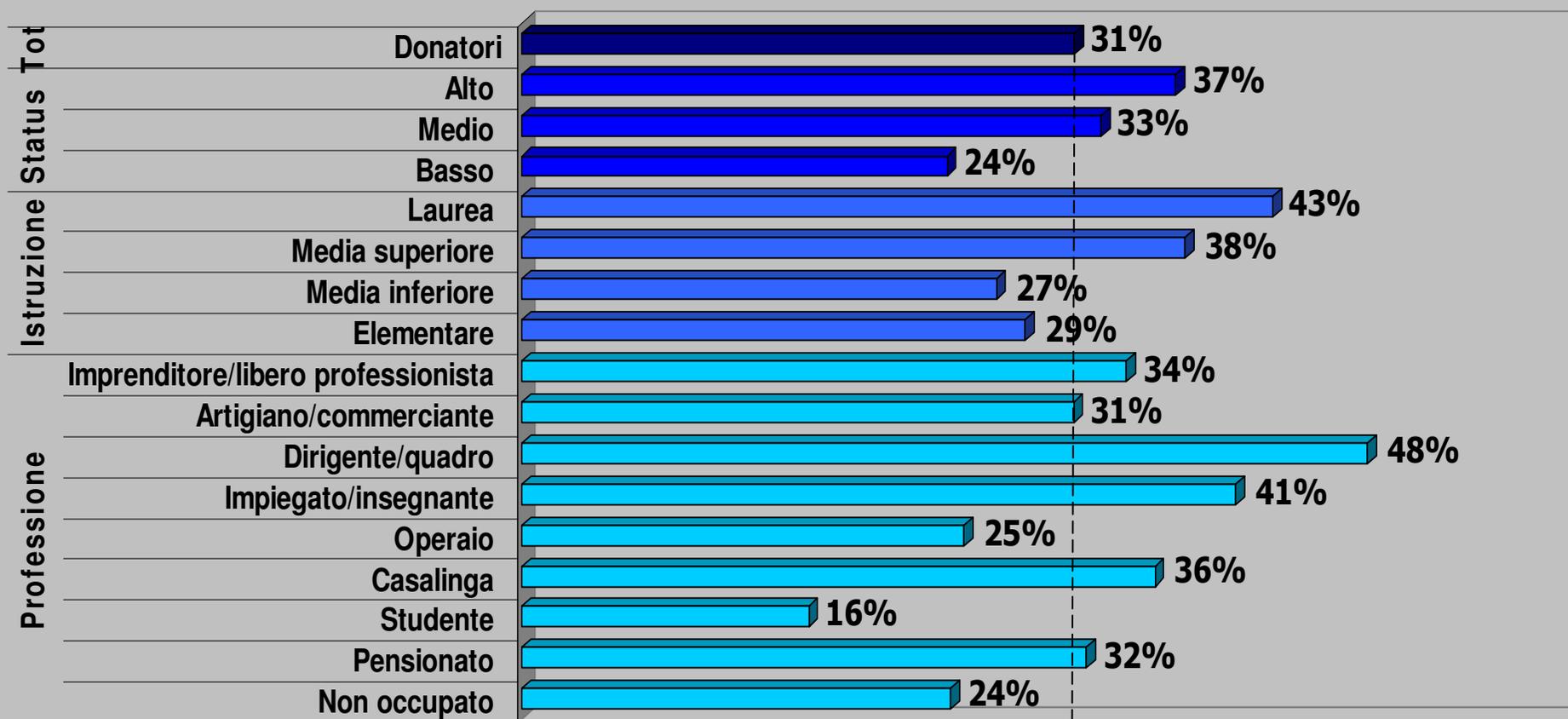
L'esperienza di donazione negli ultimi 12 mesi

Variazioni nei segmenti socio-demografici (1)



L'esperienza di donazione negli ultimi 12 mesi

Variazioni nei segmenti socio-demografici (2)



I donatori: tratti comuni

8

Alcuni tratti di personalità/cultura risultano comuni alla maggioranza dei donatori:

- ✓ **informazione e partecipazione alla vita sociale superiori alla media**
- ✓ **personalità aperte, atteggiamento positivo e costruttivo, orientamento alla concretezza e all'azione**
- ✓ **importanza della solidarietà come superamento dell'insensibilità e dell'individualismo dominanti nella nostra società**
- ✓ **valore attribuito a quello che ciascuno può fare ogni giorno come contributo ad una trasformazione sociale più ampia.**

Orientamenti comportamentali

9

- **Sul piano comportamentale** si è rilevata:
 - ✓ **la tendenza a sostenere più di una associazione** (da un minimo di 2 a un massimo di 5, differenziando per area di intervento e per tipologia di associazione);
 - ✓ **la tendenza** - in mancanza di fatti "critici" - alla **continuità** e dunque alla **fedeltà nel tempo nei confronti delle stesse ONP;**
 - ✓ **la tendenza alla regolarità anche nelle modalità di donazione** (il versamento tramite bollettino di conto corrente postale è la modalità considerata più comoda e sicura).

La donazione: una realtà differenziata

10

Il quadro dei donatori risulta vario e articolato.

Le differenze riguardano:

- il piano **comportamentale**
 - ✓ la **frequenza**, le **occasioni e le modalità di donazione**
 - ✓ **i criteri di scelta** tra le varie ONP

- il piano **motivazionale**
 - ✓ **il livello personale di coinvolgimento**
 - ✓ **le dinamiche motivazionali** che conducono alla decisione di donare
 - ✓ **i significati** che il gesto di donazione assume per chi lo compie.

Le donazioni: una classificazione

11

In relazione alla frequenza/occasione con cui vengono effettuate, le donazioni vengono ricondotte a **tre tipologie principali:**

- 1) Le donazioni emergenziali**
- 2) Le donazioni occasionali**
- 3) Le donazioni ricorrenti/ripetute**

A ciascuna di queste tipologie corrisponde **un diverso livello di coinvolgimento, una diversa dinamica motivazionale e una diversa relazione con l'associazione a cui si offre sostegno.**

Le donazioni emergenziali

12

- **Interventi di soccorso in presenza di eventi tragici e di catastrofi umanitarie** (alluvioni, terremoti, tsunami...);
- **Risposta spontanea a eventi drammatici e improvvisi** che le cronache e le immagini televisive contribuiscono ad amplificare;
- L'atto di donazione nasce dalla **partecipazione ad una mobilitazione collettiva** *"di fronte alla quale non ci si può tirare indietro"*;
- La motivazione è prevalentemente di tipo **emozionale**.

Le donazioni occasionali

13

- **Raccolte di fondi promosse da trasmissioni televisive (Telethon...) oppure acquisto di prodotti (arance, mele, azalee...) da banchetti in piazza;**
- **Risposta spontanea a uno stimolo esterno non programmato *"per compiere una buona azione, senza starci troppo a pensare"*;**
- L'atto di donazione è vissuto come **partecipazione alla mobilitazione diffusa** più che come scelta elaborata personalmente.

Le donazioni ricorrenti/ripetute

14

- Vengono effettuate mediamente **una o più volte all'anno, con versamenti fissi e programmati;**
- La maggioranza degli intervistati considera queste come le "**vere donazioni**" in quanto sono **le più sentite a livello personale** e nascono da una **scelta non casuale delle ONP da sostenere;**
- Si tratta nella maggioranza dei casi di **donazioni ripetute con regolarità** sulla base di una **relazione di fiducia consolidata** con le ONP a cui si offre il proprio contributo.

Le donazioni: i significati principali

15

Sono quattro i principali significati che la donazione assume:

- a. Atto di carità verso i deboli, i poveri, i sofferenti**
- b. Atto di solidarietà verso chi è vittima di ingiustizie**
- c. Contributo alla soluzione di un problema**
- d. Gesto di impegno civile e sociale**

Ciascuno di questi tende ad associarsi a **specifici ambiti di intervento e/o a specifiche tipologie di organizzazione.**

La donazione come atto di carità

16

E' il vissuto dominante nelle donazioni a favore di organizzazioni di carattere sociale-umanitario sia quelle grandi (Caritas, Mani Tese...) operanti a livello nazionale o globale che quelle piccole operanti a livello locale (la missione collegata alla propria parrocchia...)...

- ✓ La donazione nasce da **una sensibilità maturata negli anni**, da **una profonda e convinta spinta interiore**;
- ✓ Il **ritorno psicologico** è costituito dall'esperienza di **"sentirsi bene"** in seguito al **gesto compiuto**;
- ✓ Spesso a questo vissuto si associa anche la **disponibilità ad un impegno e coinvolgimento in prima persona**.

La donazione come atto di solidarietà

17

E' la versione "laica" della carità e si rivolge in prevalenza alle organizzazioni pacifiste e/o di intervento ospedaliero che operano a favore di chi è vittima di guerre (Emergency, Medici senza Frontiere, le ONG che operano in Iraq o in Afghanistan...)

- ✓ **Atto con una forte valenza etica, spesso come parte di una precisa visione politica e di un impegno pacifista**
- ✓ **Contributo offerto a chi ha bisogno** in una logica di solidarietà personale ma anche come **gesto con un valore sociale**
- ✓ **Gesto di compensazione a una situazione di sofferenza e di ingiustizia** prodotta da comportamenti umani
- ✓ Il ritorno sta nella consapevolezza di compiere **un atto coerente con i propri valori** e dunque **confermativo della propria identità**.

La donazione come contributo alla soluzione di un problema

18

E' un significato che si ritrova soprattutto nel supporto offerto alle associazioni che operano nel campo della ricerca medico-scientifica, per la cura di malattie gravi o genetiche (AIRC, AIL, AISM, LILA...)

- ✓ La donazione è il **contributo offerto alla soluzione di un problema grave che "ci riguarda tutti"**
- ✓ L'approccio è tendenzialmente **laico e razionale**
- ✓ L'enfasi è **sull'aspetto economico del problema** (= la mancanza di fondi per la ricerca medica)

"la ricerca medica non è sostenuta dallo Stato per cui la promuovo io col mio contributo, per quanto piccolo"

"è un aiuto che permette di tenere in Italia i nostri ricercatori e di non farli scappare all'estero"

La donazione come gesto di impegno civile e sociale

19

E' un significato che si ritrova nel supporto offerto alle associazioni che operano a favore dell'ambiente (WWF, Legambiente...) o per la difesa del patrimonio culturale e artistico (FAI, Italia Nostra...)

- ✓ Donazione come **contributo al miglioramento della qualità sociale e ambientale del Paese, gesto di attenzione/sensibilità per il futuro di tutti i cittadini**
- ✓ Atto che nasce dalla **consapevolezza della gravità dei problemi e dal desiderio di contribuire alla loro soluzione**
- ✓ Il ritorno sta nel **sentirsi parte di un progetto collettivo di elevato valore civile e sociale.**

Le donazioni: altri significati

20

Altri 4 significati associati all'atto di donazione tendono a combinarsi con quelli sopra descritti:

- a. Obbligo morale**
- b. Gesto di riconoscenza**
- c. Atto educativo**
- d. Atto "precauzionale"**

Le donazioni: una mappa di orientamento



I criteri di scelta: la notorietà

22

Il livello di notorietà

Uno dei criteri di cui si tiene maggiormente conto → si dà il proprio contributo solo alle ONP ben conosciute

Alla notorietà di una ONP concorrono:

- **la visibilità mediatica**
- **la presenza sul territorio**
- **la “storicità” dell’organizzazione**

I criteri di scelta: le dimensioni

23

Le dimensioni dell'organizzazione

Criterio **importante ma ambivalente.**

Le grandi organizzazioni

- per una parte dei donatori costituiscono **una garanzia di solidità e di sicurezza**
 - si pensa che siano **sottoposte a maggiori controlli in quanto "più in vista"**, più esposte all'attenzione dell'opinione pubblica e dei media
 - si pensa anche che abbiano **maggiore forza per gestire progetti importanti**

L'ambivalenza delle grandi dimensioni

24

- Ma in una parte dei donatori le grandi ONP **suscitano diffidenza:**
 - appaiono **sinonimo di burocrazia, perdita di slancio ideale, spreco di risorse**
 - destinano una parte rilevante dei contributi a **sostenere i costi della propria struttura e per la comunicazione della propria immagine**

"non ha senso dare soldi a grandi organismi che ne mangiano la metà per sostenersi e pagare stipendi da favola ai propri funzionari..."

"le grandi organizzazioni spendono molto per farsi pubblicità e per congressi megagalattici"

La preferenza per le piccole ONP

25

Le ONP di piccole dimensioni invece:

- vengono preferite perchè c'è la **convinzione che** - avendo minori costi di gestione - **arrivi a destinazione una parte più rilevante di fondi**
- **sono spesso associate alla conoscenza personale di chi vi lavora all'interno** che ne diventa implicitamente garante
- c'è la percezione che nelle piccole organizzazioni ci sia **più cura e dedizione** e che vi lavorino **persone più impegnate e coinvolte**

"è come un prodotto artigianale che è più rifinito e personalizzato di quello industriale"

"mettono molta cura e amore nel loro lavoro"

La preferenza per le ONP locali

26

Per le ONP operanti a livello locale agisce anche il desiderio di sostenere **un'attività che porta benefici sul territorio in cui si vive** e con la quale si avverte una **vicinanza emotiva e una maggiore possibilità di controllo**

"è più facile vedere quelle che fanno, come spendono i soldi"

Chi preferisce le grandi organizzazioni esprime **il timore che le piccole siano meno controllate** (e dunque possano più facilmente esservi casi di "mala-gestione") **ed anche che i loro progetti sia di portata più limitata/circoscritta.**

I criteri di scelta: la natura laica/religiosa

27

La natura religiosa

- ✓ Per chi è cattolico **un'associazione che si ispira ai principi cristiani viene tendenzialmente preferita perché più vicina al proprio orizzonte valoriale;**
- ✓ **La Chiesa è una istituzione credibile nella carità** così come lo è – **a livello locale – la propria parrocchia;**
- ✓ L'ispirazione religiosa agisce come **efficace elemento di garanzia soprattutto per le piccole associazioni** che non hanno un passato "documentato".

I motivi che portano a confermare il sostegno: i risultati raggiunti

28

La fedeltà a una ONP è determinata da valutazioni su:

✓ **i risultati raggiunti**

- è importante per i donatori **poter prendere visione dei risultati ottenuti da una ONP**
 - **verificando personalmente** (ad es. recandosi presso la sede della ONP locale e constatando di persona gli interventi effettuati...)
 - ricevendo – per posta o per e-mail - **materiale informativo che documenti in modo chiaro** i progetti realizzati
 - attraverso **reportage televisivi** che documentando le iniziative di grandi organizzazioni informano e rassicurano l'opinione pubblica.

I motivi che portano a confermare il sostegno: i progetti futuri

29

- ✓ **i progetti futuri** che devono caratterizzarsi per:
 - **concretezza**
 - **utilità**
 - **chiarezza/precisione** (in termini di costi, luoghi e destinatari)
 - **trasparenza** nella destinazione dei fondi
 - **continuità** (meglio i progetti di medio-lungo termine che quelli estemporanei/di breve durata)

La posizione prevalente: realismo e concretezza

30

Il tema della affidabilità è uno dei **criteri fondamentali che orientano la scelta** delle associazioni a cui offrire una donazione.

La maggioranza degli intervistati esprime **una posizione improntata al realismo e alla concretezza:**

- **nessun pregiudizio negativo** ma anche **nessuna “delega in bianco”**
- consapevolezza che vi possono essere – anche tra le ONP – **casi di malagestione e di scarsa competenza**
- **nessuna possibilità di “compensazione”** tra le finalità “nobili” di un’associazione e i suoi comportamenti effettivi
- la fiducia può fondarsi solo su **comportamenti improntati a massima trasparenza, correttezza e professionalità.**

Le aspettative verso le ONP (1)

31

La domanda che i donatori rivolgono alle ONP è ampia e articolata. Dalle interviste emergono **cinque esigenze:**

1) **Visibilità/accessibilità**

Le ONP devono farsi conoscere attraverso la presenza sui media ma anche creando occasioni di incontro/contatto diretto (presenza sul territorio, banchetti informativi, possibilità di incontro con i volontari...).

2) **Informazione/documentazione su risultati e progetti**

Quello che interessa non è solo conoscere la "missione" e gli obiettivi delle ONP ma **verificare come concretamente operano e che cosa si propongono di fare in futuro.**

Le aspettative verso le ONP (2)

32

3) Trasparenza sui conti

Almeno una volta all'anno le ONP devono **dare conto di come sono stati spesi i fondi raccolti per i singoli progetti**. Anche se solo una minoranza dei donatori effettua la verifica, **piace pensare che dei bilanci esistano e siano accessibili**.

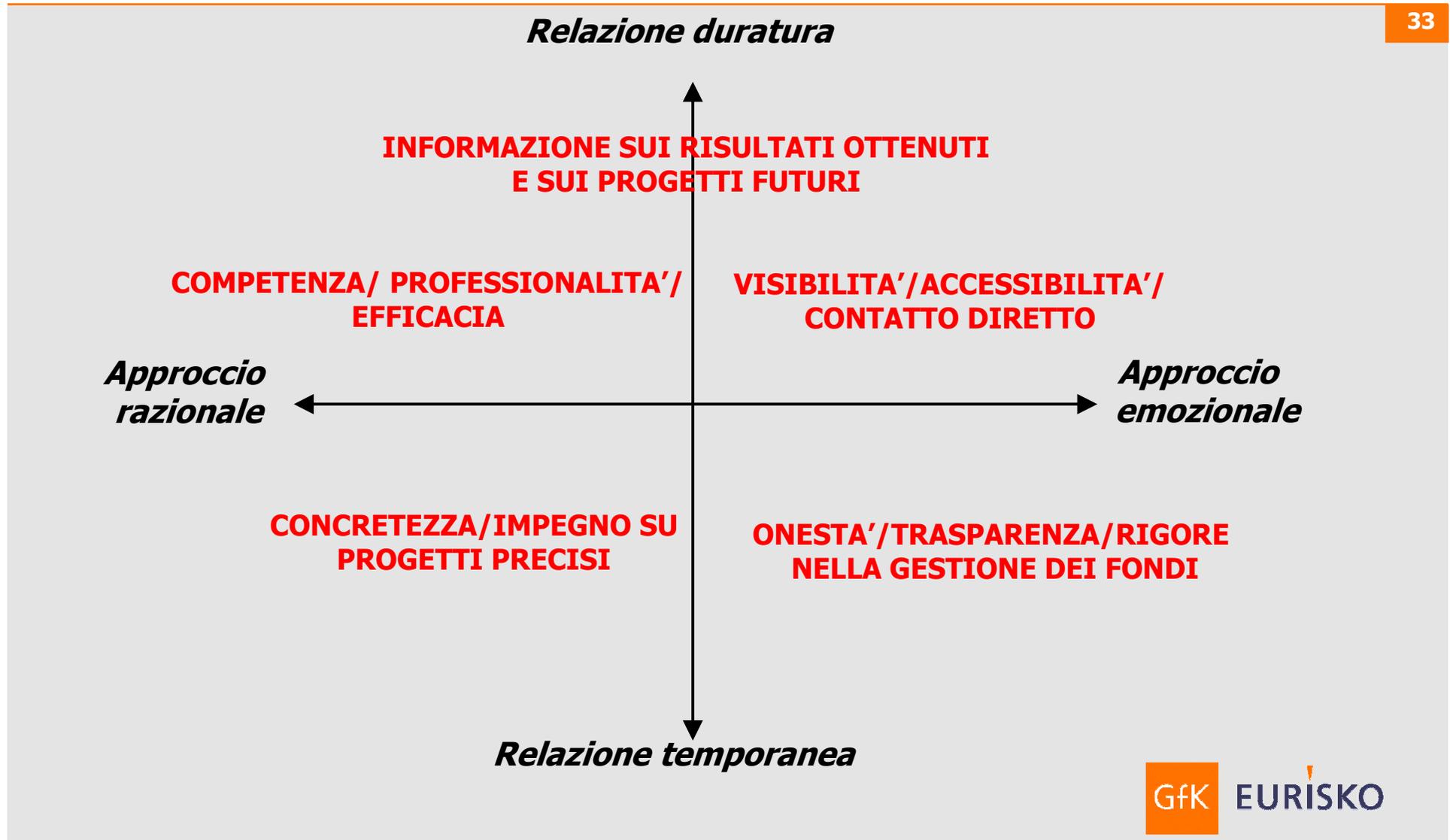
4) Concretezza

I donatori si dichiarano interessati non a richieste generiche ma a **progetti precisi in grado di dare un contributo, seppure circoscritto, alla soluzione di un problema**.

5) Competenza e professionalità

Le ONP vengono percepite come vere imprese che gestiscono grandi quantità di denaro e progetti complessi e che dunque hanno bisogno di **competenze manageriali oltre che di rigore etico e slancio ideale**.

Le "domande" dei donatori: una mappa di sintesi



La valutazione dell'Istituto della Donazione

34

La proposta dell'Istituto suscita **reazioni in larga maggioranza positive**

"è un'esigenza reale"

"c'è tutto quello che dovrebbe esserci"

In particolare si apprezza:

- che l'Istituto sia **senza scopo di lucro**
- che sia un **ente indipendente e "super partes"**
- la Carta della Donazione come **codice etico che vincola le ONP e garantisce i diritti dei donatori e dei beneficiari**
- **l'impegno a migliorare l'eccellenza organizzativa delle ONP** e non solo a certificarne l'onestà.

Le prefigurazioni sul ruolo dell'Istituto

35

Si prefigura - e si auspica - che l'Istituto sarà in grado di:

- **dare più garanzie ai donatori** e al contempo **rendere più efficace la solidarietà**
- **rafforzare l'immagine di serietà/credibilità delle associazioni** che ne fanno parte
- **stimolare un "movimento" verso una maggiore professionalità delle organizzazioni** sul piano della gestione, dell'organizzazione e della comunicazione
- **stimolare la propensione a donare da parte di potenziali donatori oggi diffidenti per mancanza di garanzie.**