

+ 0,05%
0,00%
DONAZIONI CORPORATE

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

1. QUANTO DONANO GLI ITALIANI

Perché

LE AZIENDE CONTINUANO A DONARE COSÌ POCO

Le imprese italiane si confermano fanalino di coda in Europa nella propensione al giving. Dona appena l'1,2% delle società di capitali. Peggio di noi solo la Spagna. Un trend in parte compensato dal maggiore impegno in tema di sostenibilità e welfare aziendale

Un comparto stabile, eppure ancora molto piccolo. Visto altrimenti, dalle enormi potenzialità. Delle oltre 900mila società di capitali attive in Italia, quelle che nel 2017 hanno portato in deduzione erogazioni liberali al non profit sono mosche bianche: l'1,21%. E se il numero delle "società generose" fra il 2008 e il 2017 è rimasto grossomodo costante, il valore medio del donato si è praticamente dimezzato, pur segnando ora un +0,05% nel 2017 rispetto all'anno prima. Quella scattata attraverso i dati del ministero dell'Economia e delle Finanze, seguendo il rigo "erogazioni liberali e liberalità a favore del Terzo settore" delle dichiarazioni dei redditi delle società di capitali, è una fotografia parziale (non contempla ad esempio le sponsorizzazioni o le erogazioni liberali in natura e nella forma di "servizi") ma impressionante. Da leggere però accanto ad altri

indicatori: l'andamento crescente delle imprese impegnate sul fronte della csr, ad esempio, che riguarda ormai, secondo l'VIII rapporto dell'Osservatorio Socialis l'85% delle aziende di medie e grandi dimensioni, con un flusso globale di finanziamenti stimati per il 2017 in 1,412 miliardi di euro (+26% rispetto al 2015). Oppure il fatto che il 2019 sarà «uno spartiacque per quello che riguarda la sustainability, basta pensare al manifesto del Business Roundtable di Washington e al peso sempre più strategico che la responsabilità sociale sta assumendo nelle scelte aziendali, anche per la forte pressione dei consumatori. Il fenomeno Greta da questo punto di vista è emblematico», afferma Clodia Vurro, professore associato di economia e gestione delle imprese all'Università degli Studi di Milano.

Il ritardo italiano? È culturale

Quantificare il corporate giving in Italia è difficilissimo. Le statistiche del Mef, mettendo insieme le erogazioni li-

berali effettuate da società di persone e da società di capitali segnano nel 2017 un calo dello 0,03%, a quota 187,5 milioni di euro. «In merito alle donazioni da aziende, per l'Italia i dati a disposizione sono ancora più scarsi di quelli per gli individui: il censimento Istat infatti non isola questa voce di entrata, rendendo molto complesso operare delle stime», afferma Francesco Scarpat, project manager Fondazione Italia Sociale. Nel primo working paper pubblicato dalla Fondazione, "La filantropia in Italia nel confronto internazionale", messo online a dicembre 2019, emerge come le donazioni delle aziende in Italia siano inferiori a quelle di tutti i maggiori Paesi europei, ad esclusione della Spagna. «Il corporate giving italiano, assieme a quello spagnolo, è fanalino di coda tra le principali economie europee. Questo dato va inquadrato in un contesto nazionale contraddistinto da bassa produttività, scarsa competitività, investimenti insufficienti, e in un quadro fiscale ed economico che non favorisce la filan- ▶

DONAZIONI, FINE DELLA CORSA

DONAZIONI CORPORATE

◁ tropia aziendale. Tuttavia questa non può essere l'unica spiegazione del ritardo italiano: evidentemente pesa il condizionamento di aspetti culturali molto radicati. Oggi però il quadro sociale del Paese chiede di superare questa reticenza nel considerare sviluppo sociale e sviluppo economico come strettamente interdipendenti: la crescita delle singole imprese non può prescindere dal benessere sociale generale e questo implica un impegno che non può più essere relegato nelle attività di csr. Come sta avvenendo per la sostenibilità ambientale, la sostenibilità sociale che deve entrare a pieno titolo nella vita delle imprese. Anche in Italia il business comincia a rendersene conto, quindi ci sono le condizioni perché il dato sulle donazioni aziendali cambi nel prossimo futuro. Sta anche al Terzo settore accelerare questo processo, con progetti credibili e proposte di partenariato ben strutturate».

Un approccio sempre più strategico

Il trend in atto è ben evidenziato dal "Corporate Giving in Italy", curato da Dynamo Academy in collaborazione con il Sustainability Lab di Sda Bocconi e l'Università degli Studi di Milano, con il supporto di Moody's.

La ricerca ha registrato una piccola crescita del corporate giving italiano fra il 2017 e il 2018, con il 40% delle 103 imprese del campione che ha aumentato le donazioni, per un volume che complessivamente si attesta a 262,57 milioni di euro e un valore medio pari allo 0,25% del fatturato e al 2,63% del reddito ante imposte. «Pur restando prevalenti le erogazioni in denaro, cresce il ricorso alle erogazioni in beni e servizi e il totale erogato tramite fondazioni corporate», sottolinea Maria Serena Porcari, ceo di Dynamo Academy, «parliamo quindi di un comparto stabile, con un trend leggermente positivo». In questo senso per Vurro, che ha guidato il team di analisti, la vera novità sta nell'approccio: «Si va verso modalità di gestione della filantropia più collaborative, che puntano al cambiamento delle logiche di mercato e di sistema». Anziché sce-

gliere progetti "soltanto" allineati agli obiettivi strategici dell'impresa, le aziende tendono a coinvolgere altri stakeholders per definire insieme nuovi paradigmi. Un esempio? Bolton Group, leader di mercato nel settore del tonno in scatola, che sta collaborando con Wwf e Greenpeace. «Le risorse destinate alla filantropia vengono investite per sviluppare nuovi standard di produzione che innalzino i livelli di sostenibilità per tutta la filiera e per tutto il comparto, andando ad incidere non solo sulla propria struttura e sui propri stakeholders diretti, ma pure sui competitor», conclude Vurro.

**Maria Serena Porcari,
(ceo Dynamo Academy):
«Pur restando
prevalenti le erogazioni
in denaro, cresce il
ricorso alle erogazioni
in beni e servizi e il
totale erogato tramite
fondazioni corporate»**

Roberto Orsi è il direttore dell'Osservatorio Socialis, che dal 2001 monitora l'impegno sociale delle aziende in Italia. Dal suo punto di vista fra le aziende negli ultimi due anni vede una «accelerazione pazzesca di consapevolezza sulla responsabilità sociale» e anche per lui si «rafforza la tendenza ad allontanarsi dalla modalità passiva che vede in primo piano contributi economici e donazioni, per aderire alla chiave attiva della sostenibilità». Le imprese «hanno bisogno di riconoscere la non profit che

DATI

Ammontare delle erogazioni liberali delle società di capitali



Variazione sul report 2017

Società che hanno usufruito di una deduzione dal reddito d'impresa



Variazione sul report 2017

Fonte: ELABORAZIONE VITA SU DATI MEF, DICHIARAZIONI DEI REDDITI 2018 SU ANNO FISCALE 2017

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile



1. QUANTO DONANO GLI ITALIANI

101.158.666 €

+0,05%

12.022

-0,80%

Focus

15.069 €
erogazione liberale media



1,21%
percentuale di società di capitali che ha usufruito della deduzione dal reddito di impresa



12.022
su 988.601 società di capitali attive nel 2017

“fa per loro”: il tema ora, per il non profit, è parlare quella stessa lingua», afferma. Nei 1.412 milioni di euro investiti in csr nel 2017 sono compresi anche il welfare aziendale e le iniziative legate alla sostenibilità ambientale (“investire per il miglioramento del risparmio energetico” e “per limitare l’inquinamento e migliorare lo smaltimento dei rifiuti” sono le voci più citate dalle imprese, con il 47% e il 39%, entrambe in crescita), mentre fra le sette modalità di intervento più legate al rapporto con il non profit (scelte grossomodo da un’azienda su quattro quando non da una su cinque) sono trend in crescita la messa a disposizione di professionalità interne all’azienda e la donazione di prodotti. «Nel report c’è un messaggio forte per il non profit, perché i criteri che le aziende adottano per investire in csr sono ben evidenziati», spiega Orsi. Quali? Intanto «l’aumento dell’impegno in Italia e nel territorio vicino alla sede, con un forte accentuarsi della tendenza ad accantonare le attività in Paesi esteri già segnalata nel 2015». Soprattutto, fra i criteri di scelta svettano «la possibilità di coinvolgere nell’iniziativa il personale, la serietà dell’associazione, la possibilità di valutare l’impatto dell’iniziativa. Dei must fortissimi sono la possibilità di replicare l’iniziativa in altri Paesi in cui l’azienda è presente e la rispondenza alla mission aziendale, mentre prossimamente prevedo una crescita per la possibilità di coinvolgere nell’iniziativa la filiera dei fornitori».

Il braccio delle fondazioni d’impresa

Il 2019 ci ha portato un pezzo in più del puzzle: il rapporto di ricerca “Le fondazioni d’impresa in Italia”, realizzato insieme a fondazione Bracco e fondazione Sodalitas e pubblicato a settembre 2019, che ha mappato 111 realtà con sede in Italia. Chiara Lodi Rizzini e Franca Maino sono fra i curatori della ricerca: «La crisi economica ha rappresentato un punto di svolta anche in questo ambito, nuove fondazioni sono nate (40 su 111 sono state fondate dopo il 2005) e altre hanno rafforzato il loro impegno proprio in iniziative e progetti volti a ▶

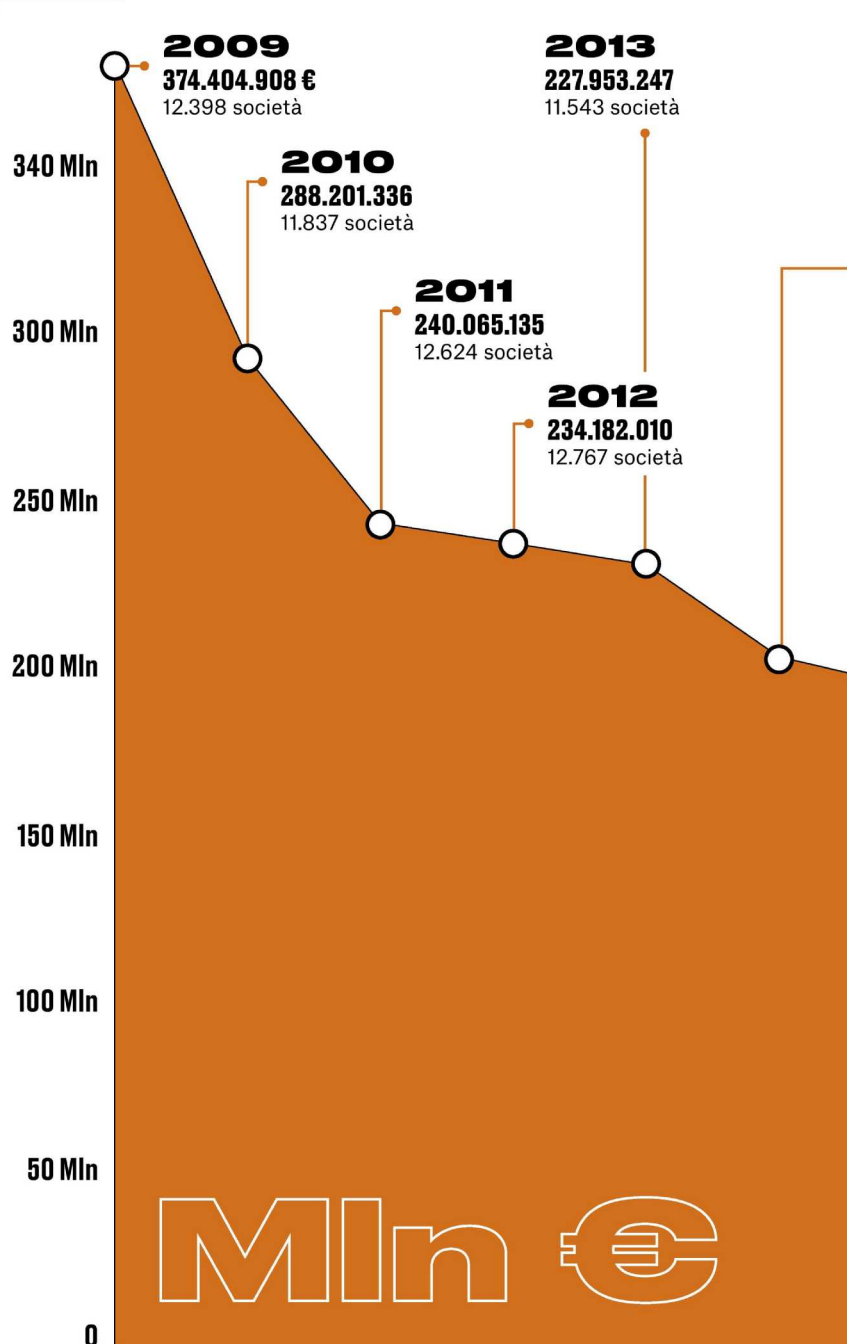
DONAZIONI, FINE DELLA CORSA

DONAZIONI CORPORATE

◁ contrastare gli effetti della crisi sulle persone e sulle comunità locali», affermano. Stimare quanto le fondazioni di impresa donano in Italia, «non è possibile, per la carenza di dati disponibili e per la frequente sovrapposizione tra fondazioni di impresa e di famiglia, che non consente di avere dati certi e relativi al solo mondo delle fondazioni corporate». Quel che si può evidenziare è che le fondazioni d'impresa «sono strettamente connesse alle imprese fondatrici e di conseguenza sono per lo più concentrate al Nord: questo è un elemento di criticità perché può contribuire ad allargare il divario tra aree del Paese, dato che spesso il loro operato ha un impatto soprattutto a livello territoriale». Un secondo elemento è «la differenza tra le realtà fondate da piccole imprese che continuano ad operare con una logica filantropica tradizionale, pur dando un contributo importante nel territorio in cui si trovano, e quelle fondate da grandi imprese e multinazionali, che operano in modo più strategico, cercando di innovare processi e modalità di azione. Anch'esse però generano un impatto ancora relativamente contenuto se confrontate alle "colleghe" internazionali, segno di un potenziale ancora poco sviluppato e in parte inespresso che ci ha portato ad usare l'espressione "grandi imprese ma piccole fondazioni"», spiegano.

Un futuro tutto da scrivere

Guardando al futuro «le fondazioni corporate potranno contribuire alla promozione di una filantropia sempre più strategica, soprattutto a livello locale, dove la presenza di una fondazione (comprese quelle corporate) «fa la diffe-

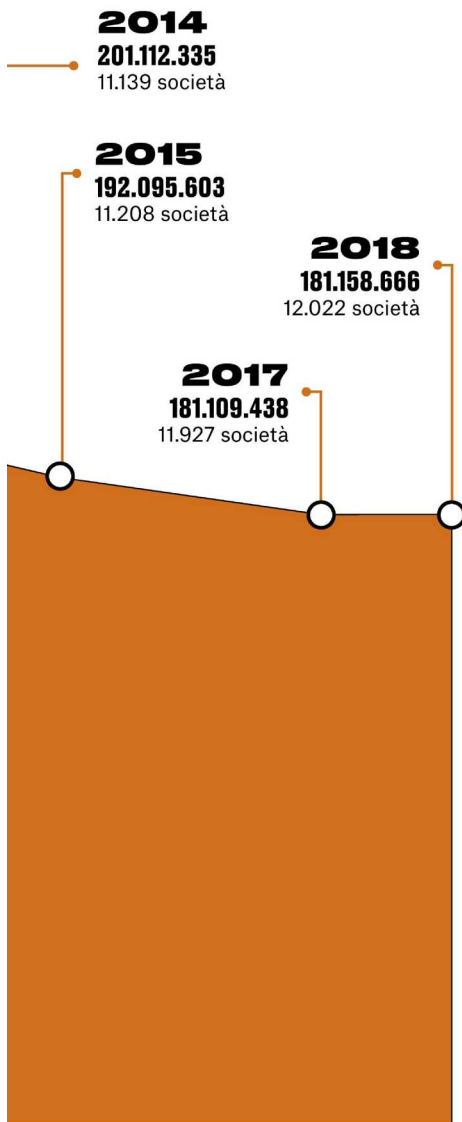


Fonte: ELABORAZIONE VITA SU DATI MEF, DICHIARAZIONI DEI REDDITI 2009-2018 SU ANNI FISCALI 2008-2017. DATO NON DISPONIBILE PER LA DICHIARAZIONE DEI REDDITI 2016

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

1. QUANTO DONANO GLI ITALIANI

Società di capitali, deduzioni dal reddito d'impresa, serie storica



COMPORAMENTI



FONTE: OTTAVO RAPPORTO OSSERVATORIO SOCIAL IS

renza", attraverso la costruzione di reti, perlopiù tramite partnership su singoli progetti o intorno a temi specifici e grazie alla sperimentazione di interventi innovativi e sostenibili», concludono Lodi Rizzini e Maino. Inoltre, la riforma del Terzo settore, riproponendo il sistema della Più Dai Meno Versi ma senza più il tetto dei 70mila euro, potrebbe finalmente aumentare l'appeal del giving per le aziende e le imprese, che al momento sono «ancora (non me ne vogliono) culturalmente legate alla vecchia disposizione del Tuir che consente di dedurre fino al 2% del reddito d'impresa», dice Antonio Cuonzo, fiscalista esperto di non profit. «Tuttavia il salto concettuale dal 2% al 10% che ci si aspetta sarà difficile da ottenere, perché non è stato accompagnato. Bisognerebbe spiegare bene che quando aumenta il limite della deduzione, l'impresa ha l'occasione di spendere più di prima ma mantenendo inalterato il costo effettivo dell'erogazione, facendo arrivare così più denaro al non profit. Questo perché l'effetto che si crea addossa allo Stato (attraverso un maggiore "sconto fiscale") l'onere del maggior finanziamento delle strutture non profit. Ma se l'impresa mantiene inalterata rispetto al passato la sua erogazione, anche quando le norme aumentano la deducibilità, essa non fa altro che trattenere il maggior sconto concesso dal fisco. Se in questi anni l'aumento fosse stato graduale – dal 2% al 3%, poi dal 3% al 4% e così via di anno in anno – questo avrebbe indotto le aziende a ragionare e una volta capito il meccanismo forse avrebbero donato di più». Il futuro quindi è tutto da scrivere. ♦

Ha collaborato Lorenzo Maria Alvaro