

ALLA SCOPERTA DEI GRANDI DONATORI ITALIANI – edizione 2017

Chiara Blasi e Giovanna Li Perni

Maggio 2017

Abstract

A partire dalla positiva esperienza del 2016, abbiamo voluto coinvolgere anche quest'anno colleghi fundraiser di diverse organizzazioni no profit italiane in una ricerca finalizzata a cogliere visioni, strategie, interessi e motivazioni dei loro grandi donatori.

Collegi di ben 18 organizzazioni - diversissime fra loro per dimensioni, settore e cause – hanno risposto al nostro invito e somministrato il questionario della ricerca a 84 donatori. Riteniamo che, poiché la pratica della grande donazione non è così diffusa nel nostro paese, questo campione sia solo a prima vista ridotto, e possa invece ben descrivere l'insieme più ampio (ma ahimè non così tanto) dei principali donatori individuali (non soggetti corporate o fondazioni) delle organizzazioni italiane.

È importante una precisazione: a differenza dello scorso anno, questa seconda edizione della ricerca sui grandi donatori delle ONP italiane non mette più a confronto le scelte di questi donatori con l'approccio, agli stessi temi, degli italiani più facoltosi, e ciò dal momento che l'UNHCR non ha realizzato nel 2016 una nuova edizione della sua ricerca sulla filantropia degli HNWI italiani.

¹ Individui con un patrimonio netto superiore a 1 milione di euro.

Il campione

Nel periodo tra febbraio e maggio 2017, le autrici di questo documento e un gruppo di major donor fundraiser hanno somministrato il questionario della ricerca a 84 individui, qualificabili come major donor in riferimento ai diversi threshold definiti dalle singole organizzazioni. La grafica che segue illustra la composizione anagrafica del campione:

SESSO



ETÀ



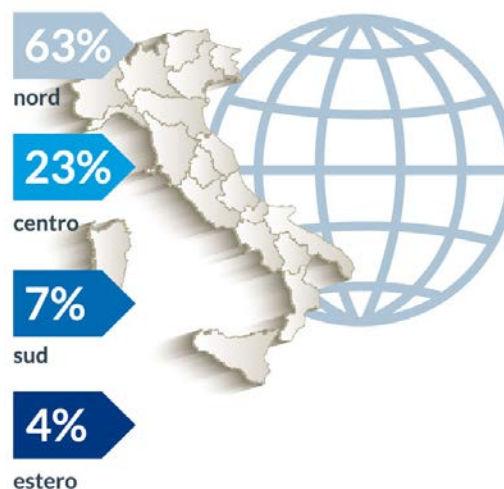
STATO CIVILE



FIGLI

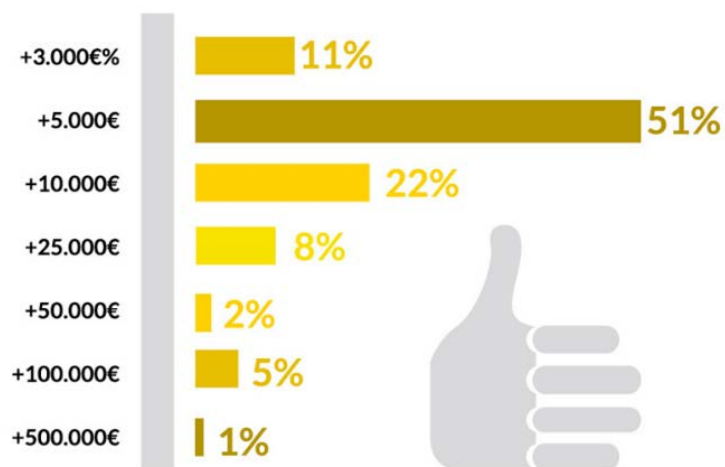


RESIDENZA GEOGRAFICA



I grafici che seguono qualificano invece il campione dal punto di vista del livello di donazione nell'anno, del numero di anni di sostegno all'ONP, del valore complessivamente donato negli anni e del legame mono o multi ONP:

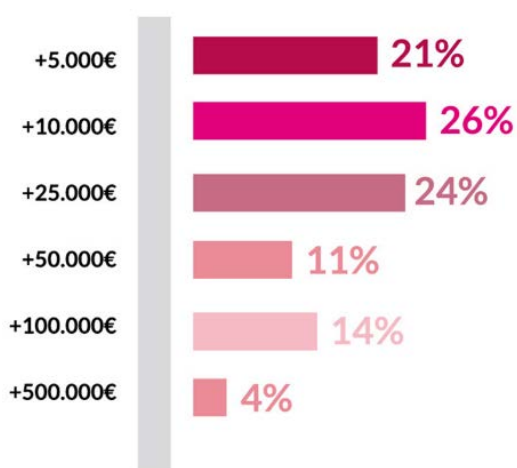
Quanto hanno donato alla singola ONP nel 2016



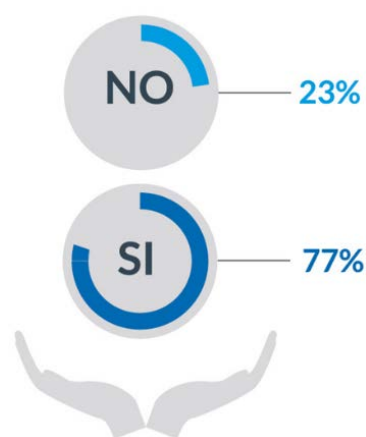
Da quanti anni sostengono la singola ONP?



Quanto hanno donato alla singola ONP negli anni



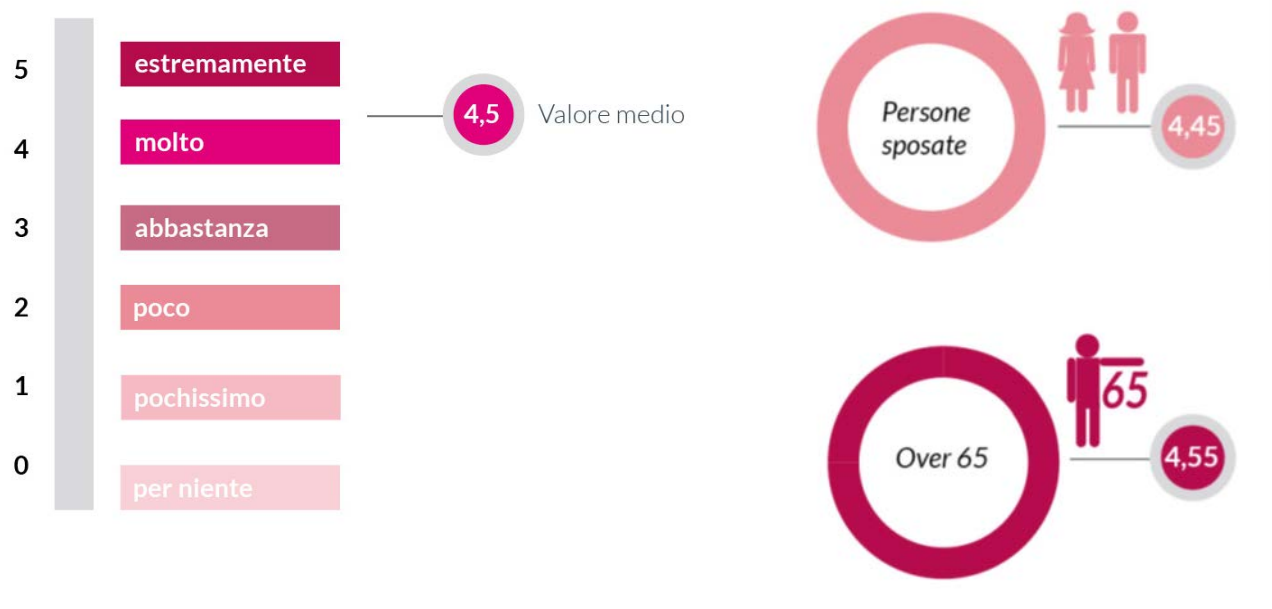
Sostengono altre ONP?



I risultati dell'indagine

1) I grandi donatori italiani attribuiscono un'importanza molto elevata al donare per generare un cambiamento positivo nella società

QUANTO CONTA PER LEI DONARE PER GENERARE UN IMPATTO POSITIVO?



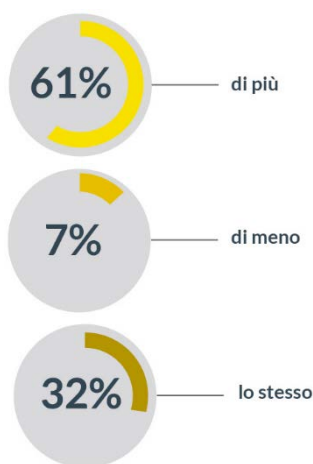
Gli uomini mostrano un atteggiamento più pacato, attestandosi in prevalenza tra quanti scelgono la risposta “molto”, mentre le donne si concentrano in prevalenza tra quanti scelgono la risposta “estremamente”.

Il desiderio di incidere positivamente sulla società attraverso la propria filantropia sembra contare leggermente meno per i donatori sposati rispetto a quelli single e per nelle fasce d'età più giovani rispetto a chi ha più di 65 anni.

2) Cresce la percentuale di grandi donatori che dona più dell'anno precedente

Buone notizie per le Organizzazioni Non Profit: una percentuale di donatori superiore a quella dello scorso anno ha ulteriormente aumentato il valore della propria donazione annua. Infatti, se nel 2016 avevano dichiarato di aver donato di più il 50% dei grandi donatori, quest'anno sono il 61% ad averlo fatto. In generale, le risposte dei donatori alla domanda rispetto al rapporto tra la donazione 2016 e quelle dell'anno precedente mostrano come la coltivazione personale aumenti il livello di coinvolgimento e vicinanza dei donatori, e dunque anche il loro investimento nelle cause.

RISPETTO AL 2016, QUEST'ANNO HA DONATO:



Un valore più elevato di donazioni si è registrato soprattutto tra i donatori della fascia d'età centrale. Si può ipotizzare che ciò sia correlato con un miglioramento delle prospettive economiche nel paese (a metà anno sono infatti stati resi noti dalla stampa alcuni indicatori economici apparentemente più incoraggianti che in passato), normalmente percepito in maniera più ridotta dalla fascia dei pensionati.

Si può anche ritenere che l'emergenza italiana del terremoto abbia spinto donatori già impegnati a sostenere le proprie cause del cuore a rimettere mano al portafoglio per contribuire anche a questa emergenza.

L'altro aspetto interessante è che mentre donatori «nuovi» (che sostengono la ONP da meno di 3 anni) tendono a mantenere stabile il livello delle donazioni annue, chi ha un rapporto da più lungo periodo (oltre 3, 5 e 10 anni) ha aumentato il valore del donato nel 2016.

Di particolare interesse il confronto con i dati DOXA 2016 (Italiani Solidali) che mostrano riduzione della donazione media degli italiani. Tra la popolazione italiana generale, solo l'1.4% ha donato di più che nell'anno precedente, mentre il 10.5% ha ridotto il valore delle proprie donazioni e il 61.4% l'ha mantenuto invariato.

3) I grandi donatori sono multi causa

Benessere dei bambini, cooperazione internazionale e ricerca medica sono le principali cause di elezione dei grandi donatori intervistati, i quali tendono peraltro a sostenere più cause.

A QUALI CAUSE HA DESTINATO LE SUE DONAZIONI PIU' CONSISTENTI DEL 2016?

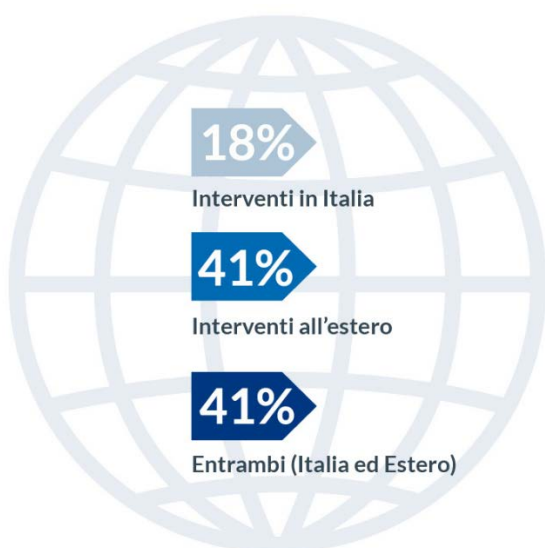


Alcune risposte incontrate nei questionari mostrano come alcuni donatori abbiano di fatto un approccio strategico alla filantropia. Essi infatti si pongono il problema di valutare quali

organizzazioni abbiano la capacità di attivare il maggiore moltiplicatore sociale possibile, per scegliere così dove investire le proprie risorse filantropiche al fine di generare il più elevato ritorno sociale.

Interrogati poi sulla prevalenza del loro sostegno per interventi in Italia o all'estero, hanno risposto così:

SOSTIENE PREVALENTEMENTE INTERVENTI IN ITALIA O ALL'ESTERO?

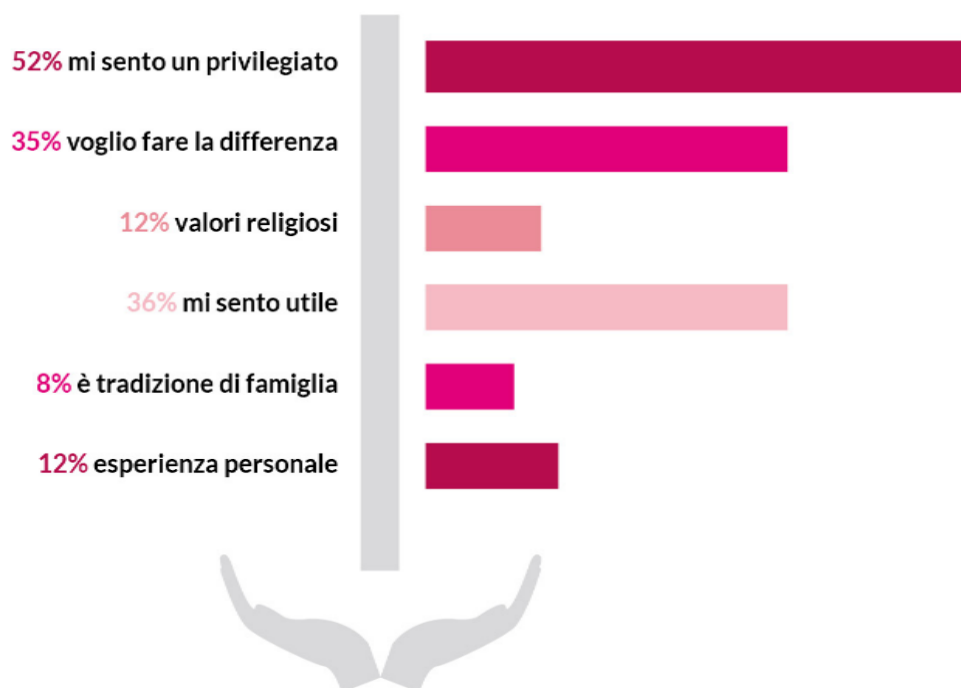


Interessante rilevare, oltre le scelte espresse, quale sia anche in questo caso il processo decisionale di alcuni dei grandi donatori intervistati che hanno dichiarato: *“All'estero, anche se il mio approccio è diverso: non mi chiedo se sia in Italia o all'estero. Mi chiedo se sia utile oppure no.”* e *“All'estero, perché c'è tanta povertà anche qui ma la stessa cifra all'estero genera un impatto maggiore!”*

4) Cosa spinge i Grandi Donatori a donare?

In prevalenza, i grandi donatori donano perché si sentono dei privilegiati. Il dato emerge chiaramente dalle risposte che hanno dato alla domanda:

QUALI TRA LE SEGUENTI MOTIVAZIONI LA SPINGE MAGGIORMENTE A DONARE?



È importante rilevare come il desiderio di fare la differenza prevalga però tra i più giovani e tra i super generosi, ovvero i donatori che donano oltre 25 mila euro all'anno. Tra questi ultimi è particolarmente rappresentato il numero di donatori che dicono di portare avanti una tradizione di famiglia.

I valori religiosi contano invece soprattutto per le donne, come anche la consapevolezza di portare avanti una tradizione di famiglia. Una sostenitrice ci ha detto: *“Mia madre ci ha sempre insegnato a pensare agli altri. Vivevamo del lavoro di papà, non eravamo particolarmente ricchi, ma lei non ha mai fatto mancare l'aiuto a chi ne aveva bisogno. Alla nostra tavola c'era un posto fisso per un signore che veniva ogni giorno all'ora di pranzo.”*

Parlando sempre di motivazioni, dalle interviste effettuate, è emerso inoltre - in modo molto netto e perfettamente in linea con il dato rilevato lo scorso anno - che la possibilità di avere benefici fiscali incide molto poco sulla decisione di donare.

SULLA SCELTA DI DONARE QUANTO INCIDONO I BENEFICI FISCALI?



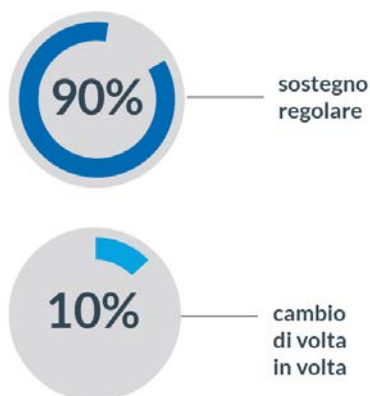
Sappiamo bene che non sono mai i benefici fiscali a spingere le persone a donare – men che meno in Italia dove, a differenza che in altri paesi, il risparmio fiscale legato alla filantropia non è di particolare rilevanza - eppure siamo convinte che una maggiore comprensione della finalità ultima di tali benefici (lo Stato premia il contribuente per un’azione che ha un valore sociale) potrebbe contribuire alla decisione di donare più risorse alle nostre ONP e dunque alle buone cause che stanno a cuore ai nostri sostenitori. Per usare le parole di uno dei donatori intervistati: *“Il risparmio fiscale non incide sulla mia scelta di donare, bensì incide su quanto dono”*. Anche qui, gioverebbe alla filantropia un mutamento culturale nel paese. Se una maggiore considerazione da parte dei donatori dei benefici fiscali associati alle loro donazioni potesse spingere i donatori ad innalzare il livello delle stesse (di fatto, grazie al risparmio fiscale, la medesima donazione ha un costo inferiore, dunque può essere sostituita da una di ammontare più elevato, mantenendo inalterato il costo per il donatore), sarebbe strategico per le organizzazioni no profit contribuire ad una cultura che superi il giudizio morale negativo associato all’idea di tenere conto dei benefici fiscali (sembra quasi che, se si

tengono in considerazione i benefici fiscali, la propria generosità finisce per essere meno disinteressata o pura). I major donor fundraiser possono giocare un ruolo importante, stante la natura personale delle relazioni che intrattengono con i donatori: nelle loro conversazioni, il tema può infatti essere sollevato e discusso.

5) I grandi donatori sono fedeli

La ricerca ha messo in luce come la coltivazione personale rivolta ai grandi donatori li fidelizzi e dunque assicuri alle organizzazioni un sostegno duraturo. Abbiamo altresì scoperto che i grandi donatori sono in prevalenza multicausa, ovvero sostengono regolarmente più organizzazioni (in media poco meno di tre).

SOSTIENE REGOLARMENTE UNA O PIU' ONP O CAMBIA DI VOLTA IN VOLTA?

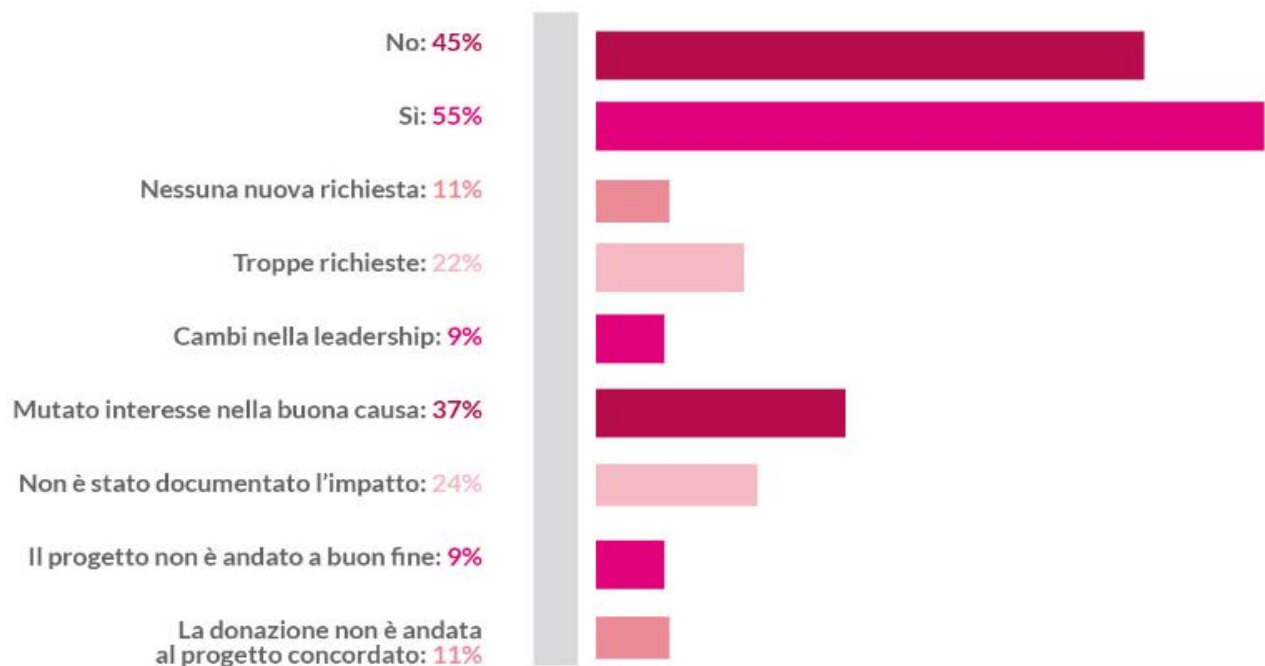


In media ogni donatore sostiene 2.8 Organizzazioni

6) Le organizzazioni commettono errori importanti nella gestione della relazione

Alla metà degli intervistati è successo di abbandonare un'organizzazione e si rileva che, tra quanti hanno cambiato organizzazione, più di un terzo lo ha fatto perché ha cambiato interessi filantropici, dunque un fenomeno fisiologico.

HA MAI ABBANDONATO UNA ONP?



È però utile soffermarsi su altre motivazioni che testimoniano dei limiti delle organizzazioni nel gestire la relazione. Quasi un quarto di quanti hanno smesso di sostenere un'organizzazione ha lasciato a causa delle richieste di donazioni troppo frequenti. Sempre un quarto ha abbandonato l'organizzazione perché non riceveva documentazione adeguata sull'impatto del proprio sostegno. Un quinto infine ha avuto l'esperienza più negativa: quella di apprendere che il progetto non era stato realizzato o che addirittura i fondi non erano mai arrivati a destinazione.

Le risposte raccolte aiutano a comprendere come accada frequentemente che donatori con elevata capacità di donare incrocino organizzazioni poco attente a conoscere fino in fondo le caratteristiche dei propri donatori e ad assicurare un'adeguata stewardship della relazione. Un donatore su quattro ha avuto relazioni con un'organizzazione che non ha (in modo adeguato) sollecitato donazioni successive, mentre uno su due di quanti hanno abbandonato una ONP in passato lo ha fatto perché questa non si era preoccupata di documentare l'impatto della donazione ricevuta.

7) È ancora poco diffusa l'idea di un budget personale annuo per la filantropia

Quasi due terzi dei donatori intervistati dichiara di cambiare ogni anno il valore di quanto destina alla filantropia, e sono ancora pochi (un quarto) i donatori che hanno una sorta di budget annuo per questa voce di spesa.

COME STABILISCE LA CIFRA DA DESTINARE ALLA FILANTROPIA?

61%

Cambio sempre

23%

È una cifra fissa

11%

È una % stabilita del mio stipendio

5%

Dono la parte variabile del mio stipendio

Le donne sono apparentemente meno strategiche. Il 71% di loro decide di impulso o almeno lascia sempre spazio a considerazioni contingenti.

I donatori "super fedeli", che sostengono le Organizzazioni Non Profit da più di 10 anni, invece stabiliscono una cifra e la mantengono sempre uguale, anno dopo anno.

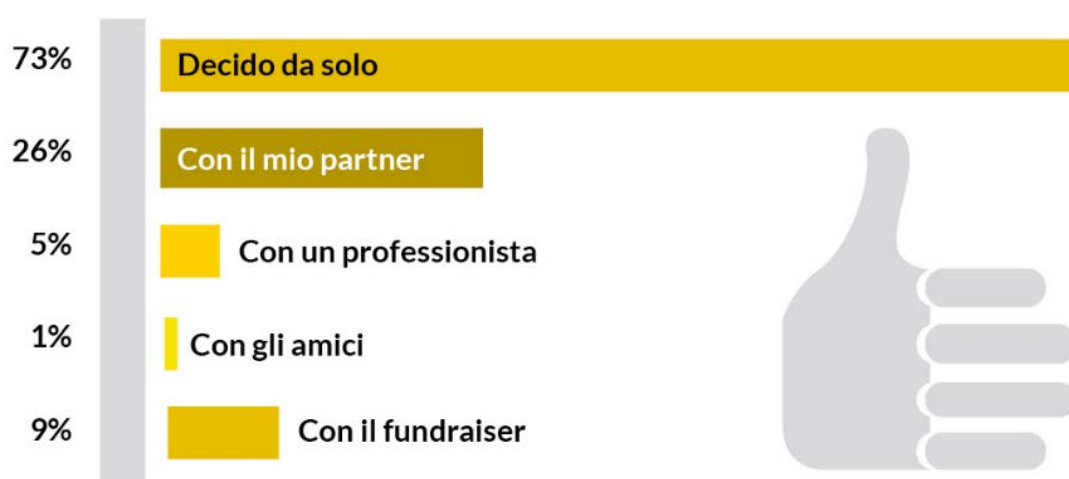
Mentre per i donatori che contribuiscono con cifre più elevate (+ di 10mila euro) il concetto della cifra sempre uguale scompare completamente: l'81% di loro cambia sempre.

Uno dei donatori intervistati ci ha spiegato: *"Mi pongo come obiettivo che almeno una parte dei miei introiti sia destinata a progetti filantropici ma decido con flessibilità al di fuori di questo criterio in caso di situazioni particolari"*.

8) Tre volte su quattro la decisione di una grande donazione si prende da soli

Il 73% dei grandi donatori decide in totale autonomia quando si tratta di filantropia, non ritenendo necessario o opportuno il consiglio di parenti, amici o esperti per stabilire quale Organizzazione sostenere, quale intervento realizzare e quale cifra donare per generare un impatto sociale positivo.

CON CHI DECIDE IN MERITO ALLE SUE DONAZIONI?



Un donatore su quattro però condivide il suo impegno nel sociale con il proprio partner. Per noi fundraiser è importante individuare, tra i nostri sostenitori, chi decide in famiglia (e non in assoluta autonomia) ricordando che, se anche le donazioni arrivano da un conto intestato ad una sola persona, dobbiamo ringraziare, informare e coinvolgere nelle attività della nostra organizzazione tutte le persone che hanno partecipato alla decisione.

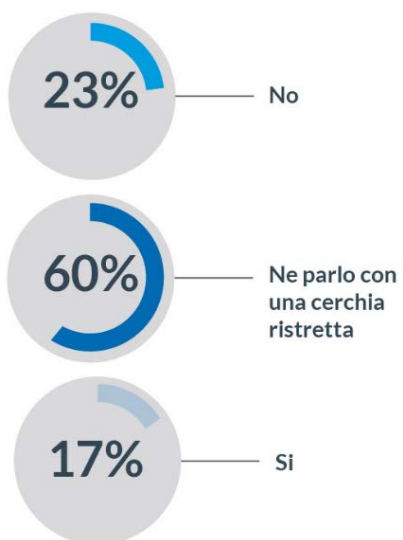
9) I grandi donatori parlano ancora poco del loro impegno filantropico

Questo è un tema molto delicato e controverso. C'è una forte ritrosia culturale a parlare pubblicamente del proprio impegno economico per le cause del cuore.

Come accade per i benefici fiscali, per molti donatori anche il racconto delle loro scelte filantropiche ad amici, colleghi e parenti, rischierebbe in una certa misura di rendere meno

“buono e puro” ciò che hanno deciso di fare. Si tratta in questo caso, indubbiamente, di un forte retaggio culturale che affonda le sue radici nei principi della religione cattolica che elogiano la carità silenziosa. Tutti ricordiamo certamente questo passo del Vangelo: “quando fai opere di bene non sappia la tua mano sinistra cosa fa la destra” - San Matteo 6:3.

PARLA CON AMICI E PARENTI DELLE SUE DONAZIONI?



Dai dati raccolti sono risultate evidenti una maggiore apertura oltre i 65 anni e una maggiore chiusura tra gli under 45, di cui circa una metà non dice a nessuno delle proprie donazioni. Fra i nostri donatori c'è chi ha tenuto a precisare: *“Parlo volentieri del volontariato che faccio, ma non dei soldi che dono”*.

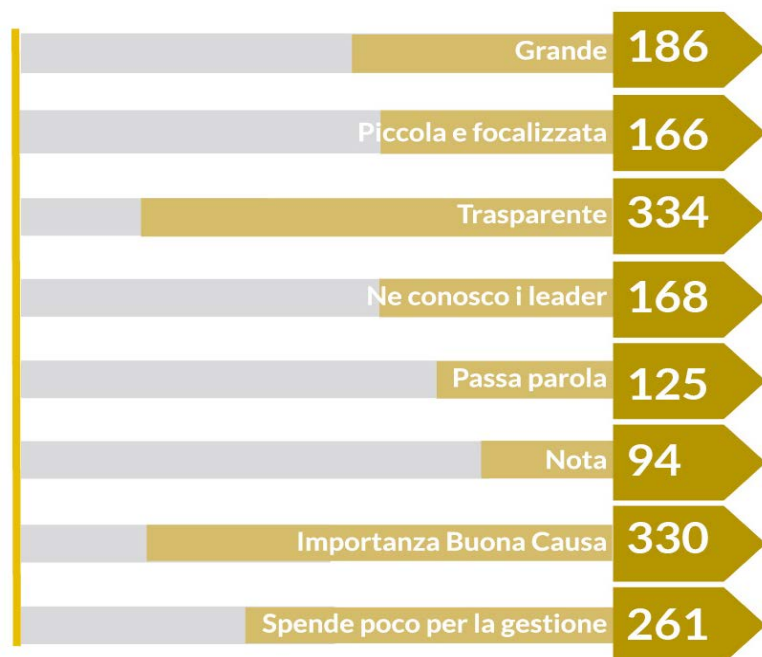
Questo aspetto a nostro parere è abbastanza critico. L'eccessiva riservatezza riguardo alle proprie donazioni rischia infatti di rallentare, indebolire o far sparire del tutto l'effetto positivo che potrebbe derivare dal rendere note le scelte filantropiche e le esperienze positive che tanti sostenitori vivono al fianco di organizzazioni non profit. In altre parole, in un contesto come quello in cui stiamo vivendo (di mancanza di fiducia nelle istituzioni e nelle organizzazioni non profit), pur rispettando le sensibilità e le preferenze dei nostri donatori, saremmo felici se le notizie positive legate alle grandi donazioni fatte dai nostri sostenitori e all'impatto che sono state capaci di generare all'interno della comunità di riferimento, fossero molto più diffuse! E con grande soddisfazione rileviamo che alcuni dei donatori intervistati

sono assolutamente consapevoli dell'influenza che il loro esempio positivo può avere sugli altri: *"Bisognerebbe andare in giro a proclamarlo a voce alta, come forma di "educazione sociale". Non bisogna avere paura o vergogna. Parlarne per incoraggiare altri a donare"*

10) La trasparenza prima di tutto!

È noto che il tema della trasparenza sia di assoluta attualità per ciò che riguarda l'operato delle Organizzazioni Non Profit. Lo abbiamo già rilevato evidenziando che, tra i grandi donatori che hanno deciso di abbandonare una delle Organizzazioni che sostenevano, uno su due lo ha fatto perché non ha ricevuto notizia riguardo all'utilizzo delle risorse donate e all'impatto dei progetti sostenuti. Lo rileviamo in modo decisivo anche grazie alle risposte raccolte per le due domande che seguono.

NELLA SCELTA DELLA ONP DA SOSTENERE QUALI CARATTERISTICHE CONTANO DI PIU'?

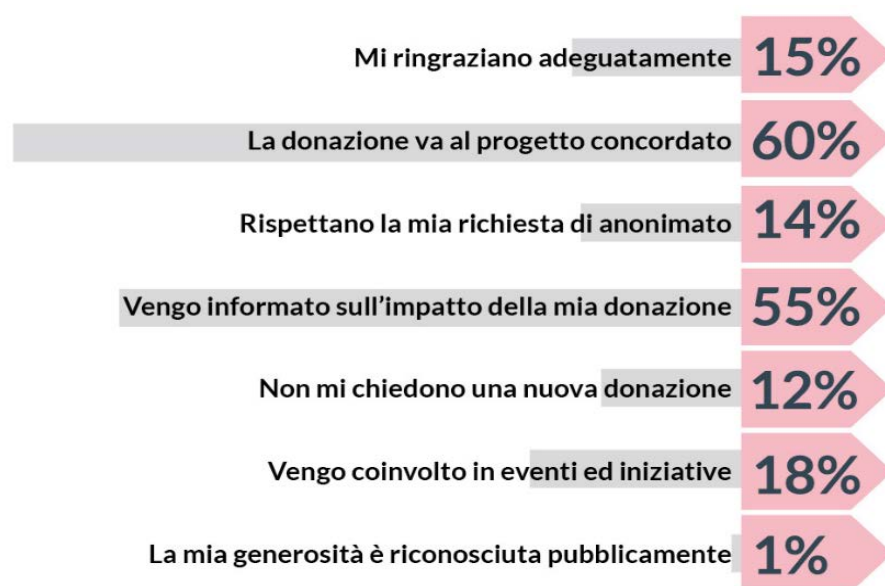


NOTA METODOLOGICA:
a ciascun donatore intervistato è stato chiesto di indicare con un numero da 1 a 5 il peso che aveva ciascuna delle caratteristiche in elenco nella sua decisione di donare ad una particolare ONP. Una caratteristica scelta da tutti gli intervistati con valore 5, avrebbe totalizzato 420 punti.

Tra gli elementi in base ai quali viene scelta la ONP da sostenere, la trasparenza dell'Organizzazione e la sua capacità di documentare i risultati si collocano al primo posto,

addirittura al di sopra – anche se di poco - del valore della buona causa sostenuta. Ci fa piacere notare che, riguardo alla scarsa incidenza dei costi di gestione aumenta nei donatori la consapevolezza che, se è vero che le ONP devono spendere con attenzione le risorse generosamente donate dai sostenitori, il mantenimento dei costi di gestione (e promozione) al di sotto di una certa soglia non sia indice assoluto di una buona gestione. In altre parole, per conquistare la fiducia dei grandi donatori, risparmiare non basta! Serve dimostrare (con accuratezza e puntualità) quale sia stato l’impatto generato grazie alle donazioni raccolte.

DOPO LA DONAZIONE COSA CONTA DI PIU’?

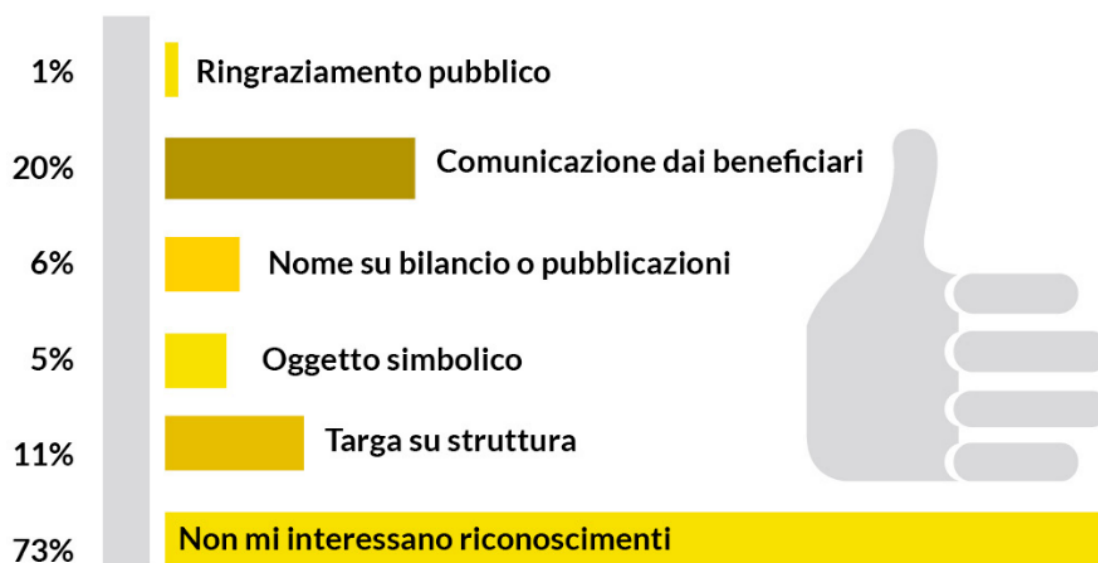


Le risposte a questa domanda in qualche modo si ricollegano a quanto emerso nella domanda precedente: anche qui vediamo quanto conti la lealtà dell’organizzazione al «patto» con il donatore e la sua trasparenza. Una delle donatrici intervistate ha commentato: *“Se la Organizzazione che sostieni ti rendiconta bene, l’anno prossimo ci pensi di nuovo. Quando sai come sono stati impiegati i soldi, poi ripeti la donazione”*.

11) I grandi donatori sono prevalentemente disinteressati ai riconoscimenti

Come accaduto nella precedente indagine, anche i grandi donatori intervistati questo anno si sono dichiarati quasi completamente disinteressati ad ogni forma di riconoscimento.

QUALI RICONOSCIMENTI DELLA SUA GENEROSITA' APPREZZA?



Tre grandi donatori su quattro dichiarano senza esitazione di non essere interessati (e in alcuni casi addirittura di trovare fastidioso) ogni tipo di riconoscimento. L'unica – minima - concessione viene fatta (soprattutto dalle donatrici donne) al riconoscimento realizzato attraverso una comunicazione diretta da parte dei beneficiari.

Interessante notare inoltre come all'aumentare della donazione, diminuisca il numero dei donatori che dicono di non essere interessati ad alcun tipo di riconoscimento e acquistino in parallelo più rilevanza la targa sulla struttura, il nome sul bilancio sociale, la comunicazione da parte dei beneficiari.

12) I grandi donatori sono mediamente propensi a fare lasciti testamentari

L'inclusione della ONP nel proprio testamento è l'approdo naturale di una relazione adeguatamente coltivata e alimentata nel tempo, come deve essere quella con un grande donatore. Per questo a chi abbiamo intervistato abbiamo anche chiesto:

PENSA DI INCLUDERE UNA ONP TRA I SUOI EREDI?

28%

Sì

17%

No

53%

Non ho ancora deciso

2%

Non so di cosa si tratti

Poco meno di un donatore su 3 ha già deciso di lasciare parte dei suoi beni ad una o più Organizzazioni Non Profit. Le risposte raccolte hanno inoltre confermato le stesse evidenze che si rilevano¹ sulla popolazione in generale: esiste una maggiore propensione al lascito a favore di ONP tra le donne, tra chi ha titoli di studio più elevati e chi vive al nord.

¹ Ricerche sul tema dei lasciti solidali sono state effettuate da GFK Eurisko e Doxa per il consorzio di ONP Testamento Solidale, e alcuni dati sono reperibili sul sito www.testamentosolidale.it

13) Donare mi fa sentire...

L'ultima domanda del nostro questionario era una domanda aperta: abbiamo chiesto ai Grandi Donatori intervistati di completare la frase "donare mi fa sentire...". Quelle che vedete qui sotto sono le risposte – tutte, nella loro assoluta autenticità ed enorme varietà - che abbiamo raccolto.

Donare mi fa sentire...

Bene! Mi piace aiutare i bambini perché possano andare a scuola, per mettere le fondamenta del loro futuro e far crescere un giorno il proprio Paese.

Sereno.

Utile alla società: "chi ha avuto tanto deve dare tanto" ha sempre sostenuto nostra madre.

Penso che chi ha di più debba donare a chi ha di meno, quindi mi sento di essere nel giusto adempimento del mio dovere.

Un po' più giusta nei confronti di un mondo assurdamente ingiusto, cattivo ed egoista.

Umana!

Vivo!

Utile. Per essere esatto, meno colpevole di vivere in realtà nel benessere economico.

Mi fa star bene! Soddisfatta!

Utile e, in parte infinitesimale, responsabile della volontà di cambiare, ovviamente in meglio, lo stato delle cose.

Sono contento di poter aiutare. Donare mi dà gioia perchè so che posso aiutare qualcuno che in questo momento non può farcela da solo.

Meglio!

Normalissima, non sono un eroe!

Meglio.

È giusto aiutare gli altri e restituire un po' del supporto e della fortuna ricevuti.

Sereno per aver sostenuto una buona causa!

Più utile e poiché ci sentiamo sicuramente privilegiati, le donazioni mi consentono di dare la possibilità ad altri studenti di raggiungere quanto desiderato e, attraverso l'educazione, cambiare il loro destino.

Più sereno. Mi ritengo una persona fortunata e credo che sia mio dovere aiutare chi è stato o è meno fortunato. Se non lo facessi mi sentirei a disagio.

Bene!

Felice, serena, consapevole dell'impatto positivo del mio gesto! Ma anche infelice, preoccupata, frustrata nel considerare quanto ci sia ancora da fare anche per alleviare una piccola sofferenza!!! E poi determinata, motivata, impegnata a sostenere una realtà che promuove il benessere della persona umana.

Coinvolto nel far crescere il benessere di più persone!

Serena e appagata!

Più vicino a mia moglie che non c'è più.

Gratificato per poter contribuire dopo aver ricevuto tanto.

Un po' utile.

Meglio, più leggero nello spirito.

Mi fa sentire utile verso le persone che ne hanno bisogno.

Utile a chi purtroppo sta peggio di noi.

Come fare a non aiutare persone che conosci e che non arrivano alla fine del mese? Come fare a non aiutare genitori di ragazzi che per seguire terapie adeguate ai loro figli sacrificano tutto? La realtà con la quale ho a che fare tutti i giorni è talmente inimmaginabile e allo stesso tempo spesso così dignitosa!

Un po' meglio!

Utile, in grado di migliorare la vita di qualcuno.

Utile al prossimo.

Vicino a chi ha bisogno.

Mi fa star bene e dà uno scopo alla mia quotidianità.

Utile e felice. Dono perché gratifica me!

Utile agli altri.

Mi fa sentire di appartenere di più al genere umano.

Utile quando vedo i risultati della mia donazione.

Umano.

Euforica!

Normale. Mi sento con la coscienza a posto!

Cittadino del mondo attivo e partecipe.

Di contribuire alla costruzione di qualcosa di migliore.

Contento e soddisfatto.

Vivo e leggero!

Di dare un piccolo contributo per un mondo migliore.

Dono per soccorrere gli altri secondo una concezione filantropica del mondo. Dono perché lo ritengo giusto secondo un concetto di uguaglianza globale. Inoltre, io non do importanza al superfluo e il lusso non mi dà soddisfazione. Con quello che ho in più preferisco cercare di attenuare le disuguaglianze soprattutto dei bambini e delle donne, gli elementi più deboli della società.

Mi sento un privilegiato per cui donare mi restituisce un senso più alto della vita perché anche nel mio piccolo posso dare qualcosa in più a chi ha meno.

Viva!

Soddisfatto!

Credo che rendere più vivibile questo mondo sia un compito di ognuno di noi. Le risorse sono così mal distribuite che se ognuno desse qualcosa sarebbe il minimo per migliorare la situazione.

Vivo. È una cosa che fa parte dell'essere, è molto naturale

Giusto. Di aver fatto il mio dovere.

Mi dico sempre: "ma se tutti facessero come me?..."

Un po' più in sintonia con il mondo.

È una sensazione piacevole. L'idea che qualcosa di cui ti privi fa star bene altri ti alleggerisce e ti fa sentire a posto con la coscienza!

Utile, voglio lasciare il mondo migliore rispetto a quello che ho trovato.

Meglio! Visto che mi reputo una persona privilegiata donare mi fa sentire meglio. Donare alla fine fa bene a noi stessi. È quasi una spinta egoistica. Mi fa sentire più a posto con me stesso. Fa veramente piacere!

Donare una parte dei miei premi in denaro dà un senso vero alle mie vittorie sportive e mi permette di andare ben oltre la natura individualista e nazionalista di una competizione. Da atleta e personaggio pubblico so di avere una forte influenza sulle nuove generazioni e sono felice di farmi carico di questa responsabilità per sensibilizzare la gente su temi come la solidarietà. Allo stesso tempo preferisco mantenere segreto l'importo delle mie donazioni, onde evitare speculazioni mediatiche.

Quella che sono.

Parte di un progetto in cui credo, artefice del cambiamento e sereno perché posso restituire almeno in parte quanto di bello ho avuto la fortuna di ricevere.

Dà un grande senso alla vita. Ti alzi al mattino che hai un grande scopo nella vita, non che questa sia banale di per sé... Vedere il sollievo e la gioia tangibili nell'altro è bellissimo. Un dono che dà gioia all'altro dà gioia a te.

Le autrici

Giovanna Li Perni



Diplomata all'Institute of Fundraising di Londra, la sua prima vita è sul campo, in progetti di sviluppo in Argentina, Albania, Bosnia Erzegovina, Zambia, Russia. Otto anni fa comincia una nuova carriera come fundraiser, mestiere che la appassiona perché le permette di servire i suoi ideali mettendo in relazione persone generose e cause in cui crede. Dopo aver avviato e consolidato il programma Grandi Donatori di Unicef Italia, dal 2013 lavora in UNHCR dove è responsabile dei programmi di Filantropia Privata e Lasciti. Per UNHCR ha realizzato la prima ricerca sulla filantropia degli HNWI in Italia (due edizioni, 2015 e 2016). liperni@unhcr.org

Chiara Blasi



13 anni di lavoro in campo profit e oltre 15 nel Fundraising. Ha lavorato per 7 anni nell'Area Major Donor di AMREF - di cui è stata Responsabile dal 2011 al 2014. Direttore Raccolta Fondi e Relazioni con gli Alumni di LUISS Guido Carli dal 2014 al 2015, è poi stata Major Donor Advisor di ActionAid Italia e si è occupata di Consulenza per la Raccolta Fondi da Grandi Donatori per AIRC, Antoniano Onlus, Salesiani per il Sociale e WeWorld. È attualmente Responsabile Grandi Donatori di AIRC. Ritiene che quello del Fundraiser sia il lavoro più bello del mondo, e dal 2014 contagia con la sua passione gli alunni del Master in Fundraising dell'Università di Forlì. chiara.blasi@airc.it

Ringraziamenti

Un grande ringraziamento ai nostri 84 Grandi Donatori e ai 22 colleghi che hanno partecipato a questa ricerca: Isabella Nicoli di **ActionAid**, Floriana De Leo di **AIL**, Paola Giuliani di **AIRC**, Debra Cassani di **Antoniano ONLUS**, Francesca Arbitani e Francesca De Marco di **Bocconi**, Eleonora Erdas di **CESVI**, Alberica Pellerey e Cristina Gromo di **FAI**, Bianca Rizzo di **Fondazione Casa della Carità**, Alice Mastrogiacomo di **Greenpeace**, Lisa Giovannitti di **LUISS**, Valentina Martini di **Operation Smile**, Angela Piccolo di **Salesiani per il Sociale**, Stefano Talone e Pierluigi Russo di **Save the Children**, Arianna De Leo e Triantafillos Loukarelis di **Unicef**, Rossella Perricone di **Università Campus Biomedico**, Francesca Morgese e Patrizia Viscardi di **WeWorld** e Valeria Missiani di **World Vision Italia**.