

# L'ESPERIENZA FILANTROPICA DEI WEALTHY PEOPLE IN ITALIA

WORKING PAPER 8 • GENNAIO 2022





## Abstract

Quanto donano i più ricchi in Italia? Quali sono le loro motivazioni? **Fondazione Italia Sociale, Fondo Filantropico Italiano**, in collaborazione con **Finer Finance Explorer**, hanno cercato di rispondere a queste e altre domande **sull'esperienza filantropica dei wealthy people italiani** tramite un'indagine che ha coinvolto quasi 1400 intervistati con un patrimonio finanziario tra € 500mila e € 10 milioni.

La ricerca rappresenta **la più vasta indagine mai realizzata sul tema nel nostro paese**.

## Fondazione Italia Sociale

Fondazione Italia Sociale è una fondazione di diritto privato, costituita con la legge di riforma del Terzo settore (legge 106/2016) e vigilata dal Ministero del Lavoro.

È nata per dare valore alla responsabilità civica e favorire lo sviluppo del Terzo settore in Italia, raccogliendo risorse da destinare a progetti nazionali, di interesse sociale e pubblico, in grado di generare sviluppo economico e sociale ed aumento dell'occupazione.

Fondazione Italia Sociale promuove la conoscenza e l'educazione al civismo, tramite lo studio della filantropia del Terzo settore e le diverse attività del progetto culturale beCIVIC.

## Fondo Filantropico Italiano

Fondo Filantropico Italiano è una delle principali realtà di intermediazione filantropica nel Paese. Mette a disposizione di donatori ed imprese nuovi strumenti per donare in modo semplice ed efficace: i Donor-Advised Fund (DAF) e l'intermediazione di donazioni internazionali. Fondo Filantropico Italiano agisce infatti come «fondazione ombrello», ospitando fondi filantropici personalizzati e flessibili che massimizzano l'impatto delle azioni filantropiche dei donatori grazie ad un'attenta consulenza filantropica. Su scala internazionale, Fondo Filantropico Italiano è l'unico partner italiano di Transnational Giving Europe, il network che unisce 20 fra le più prestigiose fondazioni erogative europee, che collaborano tra loro per favorire le donazioni internazionali fiscalmente efficienti.

## Finer Finance Explorer

Finer è un istituto di ricerca in cui lavorano oltre 40 professionisti senior con esperienze ultradecennali maturate nel settore della rilevazione delle opinioni sul campo, nella supervisione qualitativa delle interviste, nella successiva elaborazione e interpretazione dei dati, tutti con una solida competenza in ambito finanziario e assicurativo. Un istituto di ricerca arricchito da una linea di pensiero culturale che valorizza e nobilita l'azione e l'efficacia dei risultati delle sue analisi di mercato nel settore finanziario, del risparmio gestito e assicurativo. Specializzato nella realizzazione di ricerche sui consulenti finanziari, private banker, gestori bancari, agenti e sub-agenti assicurativi, Fund Selector e sui clienti di tutte queste figure professionali.

## Autori

Il documento è stato redatto da: Gianluca Salvatori, Francesco Scarpat e Alessia Schiavone. Hanno altresì collaborato: Nicola Ronchetti, CEO di Finer Finance Explorer, Giuseppina D'Alessandro e Giulia Ficarazzo.

# 1.

## COMPORAMENTI FILANTROPICI DEI WEALTHY PEOPLE



**Quasi tutti donano,  
ma è ancora bassa la  
partecipazione attiva**

L'87% è un donatore, ma c'è ancora poco coinvolgimento in ruoli attivi di volontariato (14%) e di governance (3%), contrariamente al Regno Unito dove oltre un terzo degli inglesi più ricchi fa volontariato.

### Preferiscono le cause più tradizionali

come le emergenze (48%), la ricerca medico-scientifica (45%) e la lotta alla povertà (41%): cultura e ambiente rimangono agli ultimi posti.

### Donano a una sola organizzazione per lo più operante in Italia, di piccole dimensioni e laica

L'85% degli intervistati dona abitualmente a una sola organizzazione, comportamento opposto nel Regno Unito dove il 95% dona a più di una organizzazione.

### I millennials si comportano diversamente

Hanno maggiore sensibilità per l'ambiente (la loro preferenza sale dal 6% al 17%), sono più propensi a un coinvolgimento attivo (volontariato dal 14% al 27%) e sono più disposti a sostenere lo sviluppo strategico delle organizzazioni (donazioni per investimenti dal 41% al 50%).

### Le donazioni in proporzione al patrimonio finanziario detenuto sono basse: sotto l'1%

Più di un terzo dona meno di € 1.000 all'anno e solo il 6% dona cifre superiori ai € 100.000, contro il 17% del Regno Unito. La donazione mediana annuale è di € 3.358.

# 2.

## ENTITÀ DELLE DONAZIONI

### I più ricchi tra i ricchi sono quelli che donano meno



La donazione mediana per i super ricchi (fascia tra i € 5 e i € 10 milioni) rappresenta meno dello 0,1% del loro patrimonio finanziario.

### Pandemia: più paura che spinta a donare

Tutti confermano di aver donato, ma oltre la metà non ha cambiato il proprio importo (55%) e quasi un terzo ha diminuito l'ammontare delle proprie donazioni (27%).

# 3.

## MOTIVAZIONI, PREFERENZE E OSTACOLI

### Donare fa sentire bene

Le ragioni principali a donare sono intime, l'aspetto di gratificazione ha un ruolo centrale: dovere morale (71%), desiderio di fare la differenza (62%) e sentirsi utili (49%).

### Decido io

Nella maggior parte dei casi (81%) i wealthy people, anche a fronte di donazioni consistenti, scelgono autonomamente. Se si affidano a una consulenza professionale prediligono le figure classiche di commercialisti, avvocati e notai rispetto ai consulenti finanziari.

### Criteri per scegliere l'ente a cui donare: conoscenza diretta (74%) e buona reputazione (62%)

vengono prima della causa (52%) e dell'impatto (41%).

### Le aspettative post donazione: informazioni più che coinvolgimento

A donazione avvenuta le aspettative si concentrano nel ricevere informazioni dettagliate sul progetto (66%) e sulle attività dell'organizzazione (52%), meno su forme di maggior coinvolgimento.



### Ciò che frena i comportamenti donativi non sono i soldi

Troppe richieste (77%), mancanza di fiducia (69%) ed esperienze negative pregresse (36%) sono gli ostacoli principali a donare di più, mentre quasi nessuno è preoccupato di diminuire il proprio patrimonio.

### Fiducia e reputazione le chiavi per vincere le resistenze

Una volta fidelizzato, il 71% dei rispondenti lascia alle organizzazioni la libera gestione dei fondi donati. L'investimento in fiducia viene quindi ampiamente ripagato.

# INDICE

<b>Introduzione</b>	<b>5</b>
<b>1. La ricchezza privata e i milionari in Italia e nel mondo</b>	<b>6</b>
<b>2. L'indagine</b>	<b>10</b>
2.1 Nota metodologica e campione di riferimento	11
2.2 Risultati dell'indagine	12
2.2.1 Comportamenti filantropici	12
2.2.2. Entità delle donazioni	14
2.2.3 Motivazioni, preferenze e ostacoli	16
<b>3. Conclusioni</b>	<b>22</b>
<b>4. Bibliografia</b>	<b>26</b>

## Introduzione

L'indagine condotta è un unicum nel contesto italiano: con quasi 1.400 intervistati rappresenta la più vasta ricerca quantitativa sul rapporto che i wealthy people hanno con la filantropia nel nostro paese. L'idea è nata da un progetto analogo realizzato nel Regno Unito da Beacon Collaborative, un movimento eterogeneo composto da filantropi, istituzioni non profit e charities che ha l'obiettivo di innalzare di 2 miliardi di sterline le donazioni, puntando proprio sugli strati più abbienti della popolazione. Lo sguardo ai più ricchi inoltre non è solo una prerogativa inglese, ma sembra essere un tratto comune a tutto il mondo anglosassone: negli Stati Uniti esperienze come il CECP<sup>1</sup> e il Giving Pledge<sup>2</sup> da oltre dieci anni puntano su di loro come interlocutori privilegiati per generare un impatto decisivo nella soluzione alle principali urgenze sociali e ambientali del mondo. In Italia, e più in generale in Europa, le figure dei big donor privati sono meno diffuse e decisive, non solo perché non sembra esserci l'equivalente di un Bill Gates o di un Warren Buffet, ma anche perché storicamente si è sempre guardato ad altri soggetti come attori principali della filantropia, prime fra tutte le fondazioni di erogazione. Tuttavia, durante la prima emergenza sanitaria per la pandemia da Covid-19, si è registrata una gara di solidarietà che ha coinvolto VIP, grandi famiglie imprenditoriali e anonimi cittadini in donazioni consistenti, anche di milioni di euro, destinati al sostegno di ospedali, Protezione civile e Croce Rossa. È stata una delle prime volte in Italia in cui si sono susseguite numerose donazioni di importo elevato da parte di singole persone e attorno

ad un'unica causa, quasi a suggerire un effetto contagio dovuto all'eco mediatica che hanno avuto questi atti di generosità. Queste esperienze, documentate da Fondazione Italia Sociale nel report "I sostegni al non profit nell'emergenza Covid-19", hanno spinto a indagare il fenomeno dei grandi donatori privati, verificando la situazione a livello internazionale e replicando l'indagine in Italia. Se infatti l'obiettivo di Fondo Filantropico Italiano è proporre l'idea di una filantropia popolare dove l'apporto di tutti è necessario, **l'esempio di chi effettivamente dispone di risorse considerevoli è decisivo**, forse ancor più per il loro ruolo che per la quantità di risorse aggiuntive che possono apportare. L'aspetto quantitativo d'altronde non è trascurabile: con oltre 300.000 milionari in Italia, conoscere le abitudini filantropiche, gli ostacoli e gli incentivi che li spingono a donare, è fondamentale per ingaggiare maggiormente e più efficacemente queste persone che rappresentano un target ancora poco esplorato, ma dalle notevoli potenzialità inesprese. L'intento del progetto non è quindi appurare se i wealthy people italiani donino tanto o poco, ma capire se possono svolgere un ruolo più influente e sistematico rispetto all'obiettivo di aumentare le risorse filantropiche nel nostro paese.

---

<sup>1</sup> <https://cecp.co/>

<sup>2</sup> <https://givingpledge.org/>



# La ricchezza privata e i milionari in Italia e nel mondo

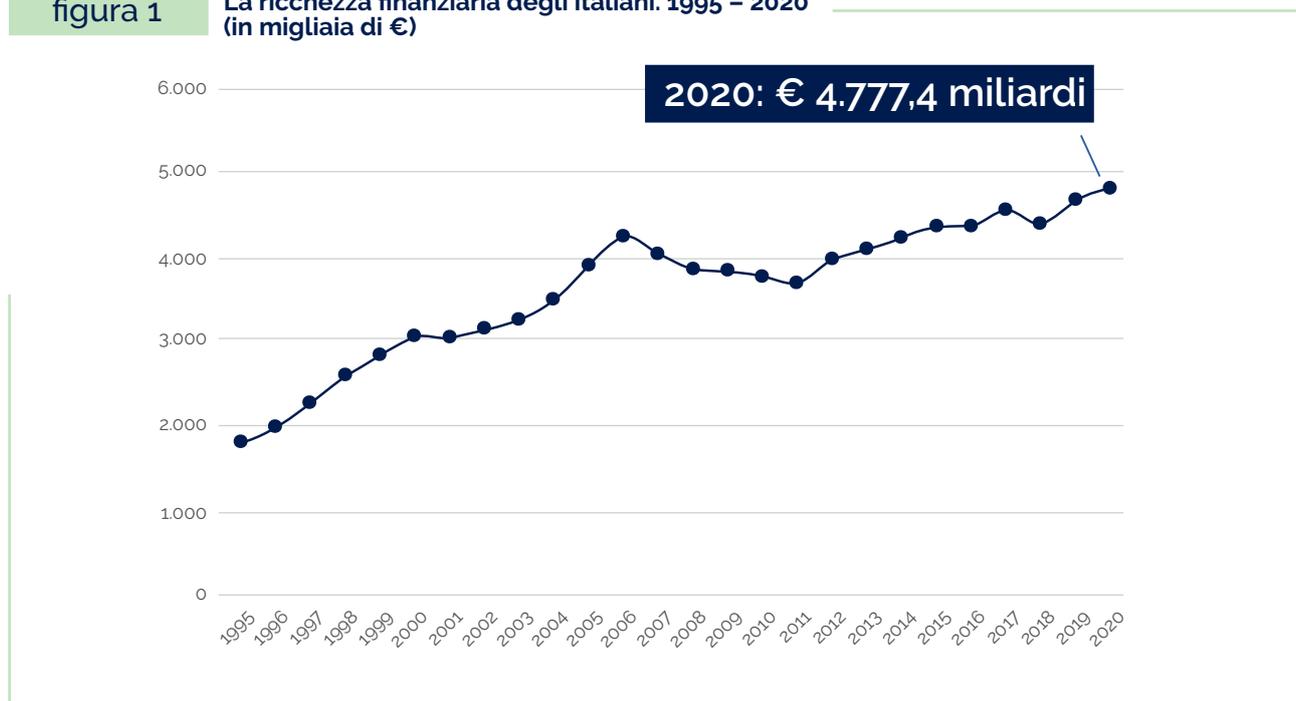
**1**

A fine 2020, la **ricchezza globale** ammontava a \$418.300 miliardi e quella individuale a \$79.952, **con un incremento rispettivamente del 7,4% e del 6% sull'anno precedente**<sup>3</sup>. Questa crescita, avvenuta ancora in piena crisi pandemica da Covid-19, è stata favorita dall'azione combinata di governi e banche centrali che hanno agito tempestivamente con azioni preventive di sostegno al reddito e abbassamento dei tassi di interesse prossimi allo zero. Se a questi interventi si aggiunge una contestuale riduzione dei consumi dovuta ai periodi di lockdown e più in generale alla paura per un futuro economico incerto, è facilmente comprensibile come i livelli

di ricchezza siano tornati velocemente a crescere dopo il crollo del primo semestre del 2020. In questo quadro l'Italia non ha fatto eccezione, anzi ha registrato aumenti superiori alla media globale, con una crescita della ricchezza delle famiglie del 9,4% e individuale del 9,3% tra il 2019 e il 2020. La ricchezza finanziaria nazionale, di conseguenza, è aumentata nel corso del 2020 attestandosi a € 4.777,4 miliardi fino a raggiungere i € 4.878,6 miliardi nel primo semestre del 2021<sup>4</sup>. Di questi, una parte consistente (34%) è rappresentata dai depositi sui conti correnti e dal circolante che sempre nel primo semestre del 2021 ammontava a € 1.584 miliardi.

figura 1

La ricchezza finanziaria degli italiani. 1995 – 2020 (in migliaia di €)



<sup>3</sup> Credit Suisse. Global Wealth Report 2021.

<sup>4</sup> Banca D'Italia. Conti finanziari.

Anche l'andamento del **numero di milionari nel 2020 ha seguito lo stesso trend della ricchezza generale**, sia a livello globale che a livello nazionale. Nel mondo il loro numero è passato da 51,9 a 56 milioni di persone (+7,9%), con una quota di ricchezza detenuta di \$191.600 miliardi pari al 45,8% di quella globale.

In Italia, nello stesso periodo, i milionari erano quasi 1,5 milioni<sup>5</sup> (+187mila rispetto al 2019) considerando sia la ricchezza finanziaria che la ricchezza reale. Con questi numeri il nostro paese si posiziona al nono posto su scala globale e al quarto posto su scala europea, con i wealthy people italiani che rappresentano

**tabella 1** I milionari nelle principali economie italiane

	paese	n° di milionari 2020	crescita n° milionari rispetto al 2019	densità rispetto alla popolazione adulta nazionale
1	Stati Uniti	21,95 milioni	+ 179 mila	8,8%
2	Cina	5,28 milioni	+ 257 mila	0,5%
3	Giappone	3,66 milioni	+390 mila	3,5%
4	Germania	2,95 milioni	+ 633 mila	4,3%
5	Regno Unito	2,49 milioni	+ 258 mila	4,7%
6	Francia	2,46 milioni	+ 309 mila	4,9%
7	Australia	1,80 milioni	+392 mila	9,4%
8	Canada	1,68 milioni	+246 mila	5,6%
9	<b>Italia</b>	<b>1,48 milioni</b>	<b>+ 187 mila</b>	<b>3%</b>
10	Spagna	1,14 milioni	/	3%

Fonte: Credit Suisse

circa il 3% di tutti i loro connazionali adulti. **A livello di ricchezza detenuta**, anche in Italia si conferma il trend delle economie più avanzate, dove i più ricchi detengono la maggior parte della ricchezza finanziaria complessiva. Il 10% più ricco degli italiani possiede infatti oltre il 50% della ricchezza complessiva del paese con un conseguente **squilibrio nella distribuzione della ricchezza netta nazionale**, peraltro in costante

aumento nell'ultimo ventennio e ulteriormente esasperato dalla pandemia. Questo problema è inoltre aggravato dal fatto che sono proprio coloro che dispongono dei patrimoni più consistenti a contribuire in misura maggioritaria alla immobilizzazione delle risorse su depositi e conti correnti, tenendo così la ricchezza italiana largamente inattiva. Secondo il "III rapporto AIPB Censis", l'87,5% delle persone più benestanti

<sup>5</sup> Tale numero si abbassa a 300mila se invece si prende in considerazione la sola ricchezza finanziaria.

indicava come priorità per la gestione del proprio patrimonio fare investimenti a tutela di sé stessi e della propria famiglia e l'83,8% voleva risparmiare per avere soldi subito disponibili qualora le cose andassero male. Questa propensione al risparmio e la concezione dei patrimoni in ottica protettiva fanno sì aumentare la ricchezza complessiva e i risparmi nazionali, ma non permettono di liberare le risorse economiche a disposizione e, di fatto, lasciano il paese in una condizione di forti diseguaglianze e di scarso sviluppo. Allo stesso modo se le risorse dei più ricchi venissero destinate in misura più consistente alla filantropia, potrebbero diventare una leva fondamentale anche per il benessere sociale collettivo, soprattutto a fronte di un welfare pubblico che oramai da un decennio fatica a tenere il passo con i nuovi bisogni sociali.



# L'indagine

**2**

## 2.1 Nota metodologica e campione di riferimento

Per analizzare in profondità le abitudini filantropiche dei wealthy people in Italia, è stata condotta una ricerca empirica che ha indagato i comportamenti donativi, gli ostacoli e le opportunità che condizionano la quantità e la qualità delle loro donazioni.

Il questionario utilizzato per l'indagine, somministrato tramite interviste CATI (computer aided telephone interview) dal 17 giugno al 29 luglio 2021, è stato articolato in quindici domande complessive che hanno riguardato tre principali ambiti di analisi: **comportamenti filantropici, entità delle donazioni, motivazioni, preferenze e ostacoli a donare.**

L'intera ricerca è stata ispirata a una indagine condotta nel Regno Unito dal movimento Beacon Collaborative, in partnership con l'Institute of Fundraising e la Barclays Private Bank, che ha indagato il rapporto tra le charity e i donatori inglesi più abbienti per capire cosa impedisce loro di donare di più<sup>6</sup>. Il confronto con il Regno Unito, equiparabile all'Italia per numero di popolazione seppure con una ricchezza individuale superiore, è stato utile per avere un termine di paragone nell'analisi dei risultati emersi tramite il confronto con un paese in cui la filantropia è particolarmente diffusa e sviluppata.

### Il campione

Per quantificare la ricchezza detenuta da una persona, si può fare riferimento sia ai beni reali posseduti (immobili, terreni ecc.) sia ai cosiddetti beni "bancabili", ovvero gli investimenti finanziari (fondi, azioni, obbligazioni, titolo, GPM, GPF) e il denaro depositato sui conti correnti. In questa indagine, **si è scelto di prendere in considerazione**

**la ricchezza finanziaria**, perché la si è ritenuta più adatta a misurare il potenziale di un individuo nel fare donazioni filantropiche, in quanto quasi tutte le donazioni, come si vedrà nell'analisi dei dati, vengono effettuate tramite erogazioni di denaro.

A partire quindi da un universo di riferimento pre-reclutato da Finer Finance Explorer e parte di un panel di oltre 10.400 individui, il campione finale ha coinvolto **1375 wealthy people** con una ricchezza finanziaria compresa tra €500 mila e €10 milioni.

Nello specifico, sono stati intervistati:

- 1.178 private (917 con asset finanziari da €500mila a €1 milione e 261 con asset finanziari da €1 milione a €5 milioni) pari al 2,75% della popolazione bancarizzata italiana.
- 197 High Net Worth Individual (con asset finanziari tra €5 milioni e €10 milioni) pari allo 0,25% della popolazione bancarizzata italiana.

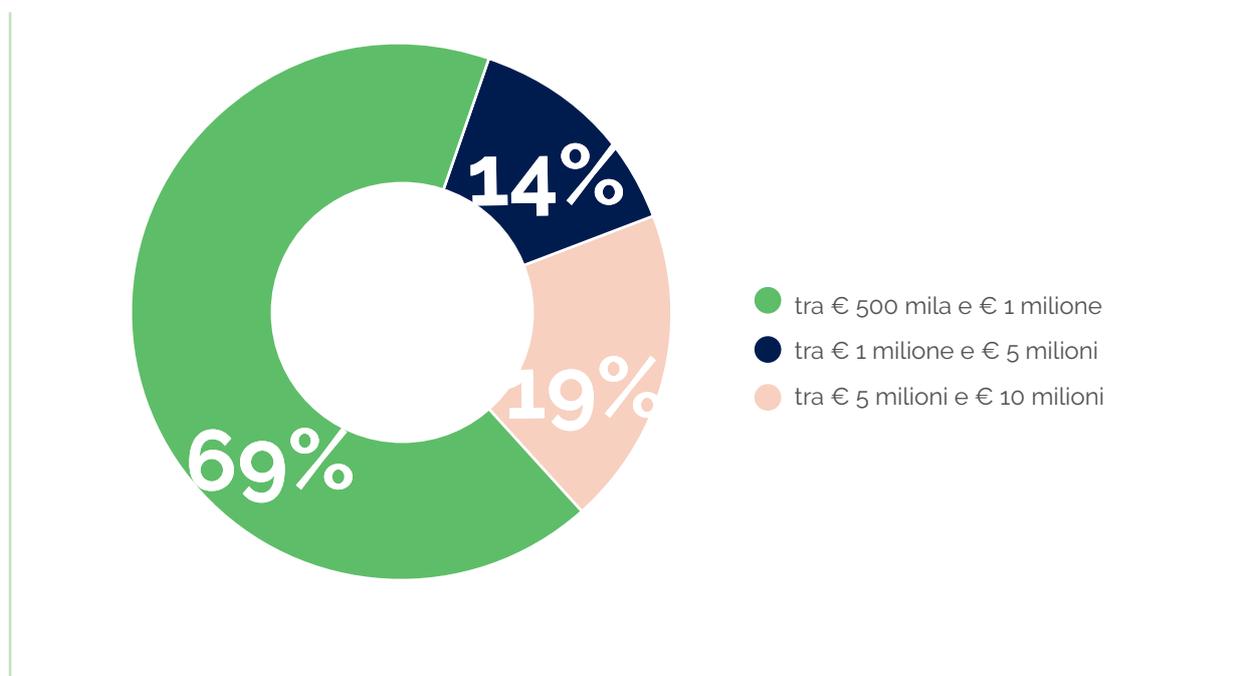
Oltre che per tipologia di patrimonio, **i rispondenti sono stati categorizzati anche per genere, fascia generazionale, area geografica e presenza di eredi diretti.**

Considerata la somiglianza del campione con quello inglese sia per numero di intervistati che per tipologia di ricchezza presa in considerazione, si è proceduto, quando le domande lo hanno permesso, a fare dei confronti puntuali tra le risposte emerse nelle due indagini.

---

<sup>6</sup> The Giving experience – Overcoming the barriers to giving among the wealthy people in the UK.

figura 2 Distribuzione del campione per fascia di ricchezza



## 2.2 Risultati dell'indagine

### 2.2.1 Comportamenti filantropici

Quasi il 90% dei wealthy people italiani sostengono in qualche maniera almeno un ente non profit. Le forme di filantropia più praticate sono principalmente la partecipazione a eventi di raccolta fondi (88%), le donazioni di denaro (84%) e le donazioni di beni materiali (79%). Pochi fanno volontariato (14%) e pochissimi (3%) si impegnano direttamente in ruoli di responsabilità entrando a far parte della governance delle organizzazioni. Ciò si traduce in un basso coinvolgimento attivo che non permette al Terzo settore di avvalersi di tutta una serie di competenze in termini di managerialità e leadership che invece

queste persone potrebbero fornire: i rispondenti sono infatti per la maggior parte profili con un passato o un presente di alto livello imprenditoriale e/o manageriale, con grandi capacità organizzative e di direzione che potrebbero essere preziose per lo sviluppo strategico di gran parte delle organizzazioni italiane. Nel Regno Unito, lo scenario appare diverso: i ricchi inglesi vivono le charity con maggiore partecipazione, il volontariato viene praticato da oltre un terzo del campione (38%) e c'è una maggior partecipazione nei board delle organizzazioni (21%). Sempre dal confronto inglese emergono altre differenze significative.

**Le donazioni dei wealthy italiani sono dirette prevalentemente a una sola organizzazione (85%),** mentre solo il 15% dona a più di una, percentuale che sale al 21% tra coloro che hanno una ricchezza superiore ai € 5 milioni. Il comportamento è opposto nel Regno Unito dove il 95% eroga a favore di più organizzazioni, dimostrando un approccio più consapevole che si traduce in una filantropia più variegata e diffusa.

In Italia, le donazioni sono inoltre destinate per la maggior parte a organizzazioni che svolgono le proprie attività sul territorio nazionale (69%), laiche (66%) e di piccole dimensioni (59%). I settori maggiormente sostenuti sono quelli più tradizionali come le **emergenze sanitarie e umanitarie (48%), la ricerca medico scientifica (45%) e l'assistenza sociale e la lotta alla povertà (41%),** mentre rimane ancora bassa la sensibilità per cause legate all'ambiente e alla cultura (6% e 5%).

### Organizzazioni beneficiarie

**59%** piccole      **66%** laiche      **69%** operanti sul territorio nazionale

### I settori più sostenuti



emergenza  
sanitaria  
**48%**



ricerca  
medico scientifica  
**45%**



assistenza sociale e  
lotta alla povertà  
**41%**

### Donazioni a più organizzazioni

**15%** vs **95%**  
Italia vs UK

Nel Regno Unito, **vi è un maggior equilibrio nella scelta dei settori sostenuti**: nonostante, infatti, gli ambiti preferiti siano la sanità (37%) e la ricerca medica (32%), anche l'ambiente (20%) e la cultura (14%) registrano delle quote di scelta elevate se paragonate all'Italia.

### ***I millennials e il rapporto con la filantropia***

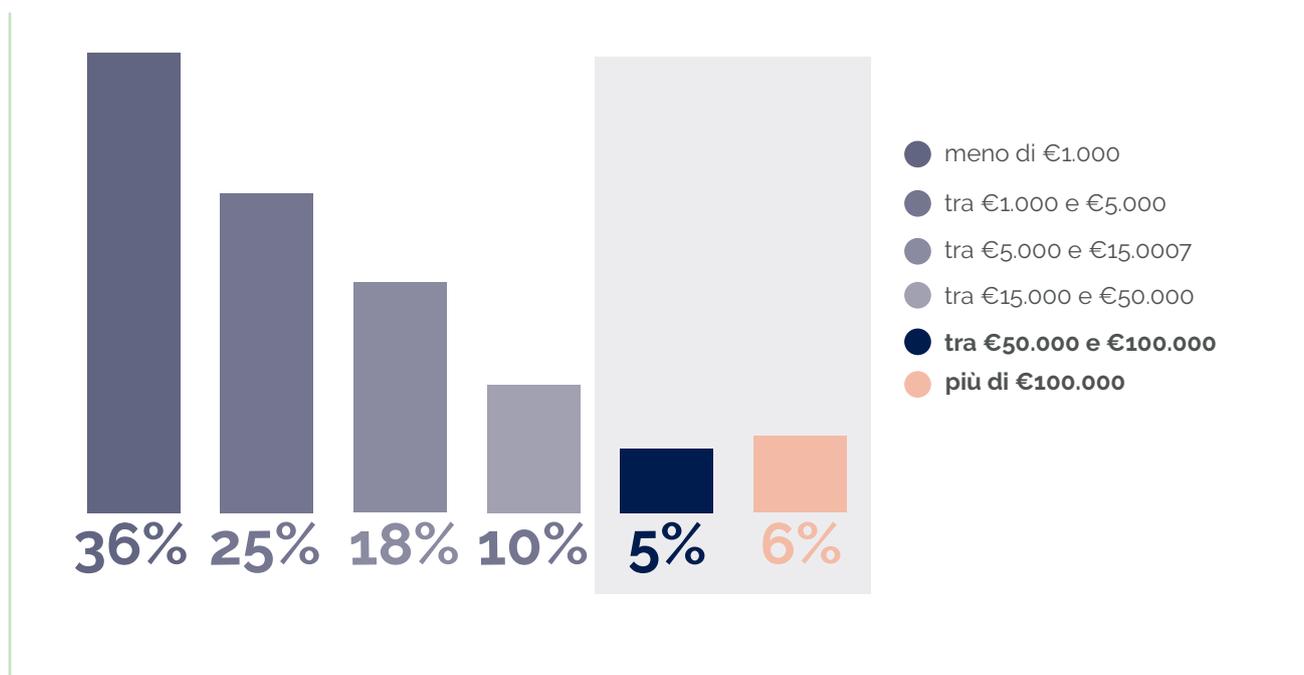
Il legame tra età e ricchezza è un elemento chiave per comprendere appieno i comportamenti filantropici dei wealthy people in Italia. Se infatti i boomers (nati tra il 1946 e il 1964) e la generazione X (nati tra il 1965 e il 1979) presentano tendenze simili, i millennials (nati tra il 1980 e il 2000) mostrano preferenze, priorità e visioni in evoluzione, che si distinguono dal resto del campione. I più ricchi sotto i 45 anni **sono infatti più ingaggiati a livello di partecipazione**: presenziano di più a eventi di raccolta fondi (91%), praticano più volontariato (la percentuale passa dal 14% al 27%) e sebbene con percentuali ancora basse, sono più presenti nelle governance del Terzo settore (5%). Rispetto ai settori maggiormente sostenuti, inoltre, dimostrano una maggiore sensibilità a cause come la cultura e l'ambiente (rispettivamente 9% e 17% vs 5% e 6% dell'intero campione). Sono infine più attenti alla destinazione delle risorse che erogano, con oltre la metà di loro (+9% rispetto all'intero campione) che sostiene gli investimenti in patrimonializzazione e sviluppo oltre alle più tradizionali donazioni generiche. Un profilo quindi che ha una certa **discontinuità con il resto del campione**, lasciando intravedere nella fascia più giovane dei ricchi italiani la possibilità di una visione più strategica e articolata all'approccio filantropico, rispetto a

una concezione ancora maggiormente legata alla beneficenza delle generazioni precedenti. Scenario che emerge anche dall'indagine inglese, dove i giovani più ricchi sembrano essere particolarmente coinvolti nell'attivismo, nella raccolta di fondi, nella governance e più attenti alle cause ambientali e culturali.

### **2.2.2 Entità delle donazioni**

Oltre l'80% dei rispondenti ha indicato nelle donazioni in denaro a organizzazioni non profit la forma di sostegno principale. Si tratta di una percentuale più che doppia rispetto alla media nazionale che non supera il 40% (World Giving Index 10th edition), dimostrando quindi che nella stragrande maggioranza di queste persone l'abitudine a donare è diffusa. Tuttavia, la maggiore disponibilità economica non sempre si traduce in donazioni più generose, soprattutto se rapportate al patrimonio posseduto. Più di un terzo del campione (36%) infatti ha dichiarato di aver donato meno di € 1.000 in tutto il 2020, il 25% tra € 1.000 e € 5.000 e solo il 6% ha superato i € 100.000. È da sottolineare che né il livello di ricchezza degli intervistati, né la presenza o meno di eredi, incidono in maniera rilevante su tali risultati, confermando che sui grandi numeri i comportamenti donativi dei wealthy people rimangono sostanzialmente omogenei (figura 3). Se si esaminano le singole risposte, si registra un cospicuo numero di donazioni molto piccole, poche donazioni sopra i € 100.000 e pochi casi di donazioni che invece superano il milione di euro (se ne contano 12 sul totale dei rispondenti).

figura 3 Donazioni totali effettuate nel 2020



Valori questi ultimi che vanno a influenzare la media dei risultati quando si aggregano le risposte. Per questo, anziché misurare la donazione media, si è deciso di prendere in considerazione il valore mediano che meglio fotografa la parte di patrimonio che i ricchi destinano a cause benefiche. A seconda della fascia di ricchezza detenuta la donazione mediana annuale è compresa tra € 3.346 e € 6.716, con una donazione mensile che varia da € 280 a € 560. Valori in questo caso in linea con le tendenze registrate nel Regno Unito dove, a seconda dei livelli di ricchezza, il livello mediano della donazione varia da £1.000 a £4.000 all'anno, ma dove la percentuale di coloro che hanno donato cifre superiori a €100.000 è decisamente più alta (17% vs 6% del

campione italiano) con una potenziale ricaduta positiva sulle charity inglesi che in misura maggiore possono beneficiare di donazioni consistenti. Se si passa dall'analisi delle percentuali di donatori per fasce di valore delle donazioni all'analisi dei valori mediani, emergono anche le differenze più significative tra le varie categorie. Queste differenze confermano i trend generali già registrati su tutti i donatori: anche tra i più ricchi, infatti, le donne donano il doppio degli uomini (€ 6.716 vs € 3.358), al nord si dona più che al centro e al sud (rispettivamente € 4.478 vs € 3.462 vs € 2.835) e i senza eredi donano il doppio di coloro che hanno eredi diretti (€ 4.478 vs € 2.205).

In ogni caso, il potenziale filantropico ancora inespresso dai wealthy italiani è lampante se si rapporta il valore mediano delle donazioni al patrimonio finanziario detenuto. Per nessuna fascia di ricchezza o categoria le donazioni mediane

superano l'1% del patrimonio finanziario detenuto e **sono proprio i più ricchi tra i ricchi (fascia € 5 - € 10 milioni) che in proporzione donano meno**: la loro donazione mediana **rappresenta meno dello 0,1% del loro patrimonio finanziario** (tabella 2).

**tabella 2** Donazioni rispetto al patrimonio

	tra € 500K e € 1mln	tra € 1mln e € 5mln	tra € 5mln e € 10mln
Valore mediano donazione	€ 3.346	€ 3.261	€ 6.716
% rispetto al patrimonio finanziario	tra 0,6% e 0,3%	tra 0,3% e 0,06%	tra 0,1% e 0,06%

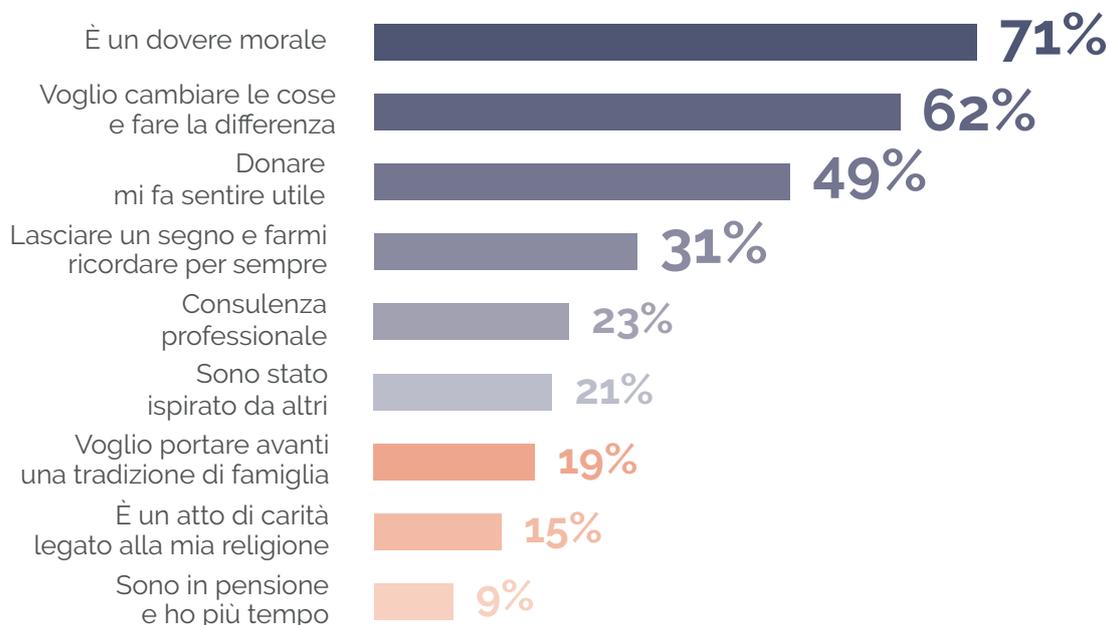
In questo la pandemia da Covid-19 non ha aiutato. Contrariamente a quanto ci si sarebbe potuto aspettare, i wealthy people italiani nel 2020 non hanno fatto registrare un aumento decisivo delle donazioni. Nonostante quasi tutti i donatori abbiano effettuato una donazione in denaro a favore di enti di Terzo settore nel 2020, per oltre la metà dei rispondenti (57%) **le donazioni sono rimaste invariate e per il 27% sono addirittura diminuite**. Come si è visto nel capitolo precedente, infatti, i ricchi non sono rimasti immuni a una tendenza al risparmio e all'accumulo di risorse dovuta alla paura dei periodi di incertezza economica e occupazionale causati dalla pandemia. Non a caso la propensione al risparmio nel 2020 ha raggiunto livelli massimi da vent'anni a questa parte e, in questo, i patrimoni più cospicui non possono

che aver inciso significativamente.

### 2.2.3 Motivazioni, preferenze e ostacoli

L'ultima sezione dell'indagine ha esplorato gli aspetti più soggettivi che guidano i più ricchi nelle loro scelte filantropiche e nel rapporto con il Terzo settore. Alla domanda sul **perché donano**, la maggior parte degli intervistati ha fatto riferimento a motivazioni molto personali, per le quali la donazione è percepita come un atto che fa star bene e che permette di sentirsi coinvolti in un cambiamento sociale positivo. Le principali ragioni che spingono a donare sono state infatti: **dovere morale (71%), volontà di fare la differenza (62%) e il sentirsi utili (49%)** (figura 4).

**figura 4** Ragioni che spingono a donare

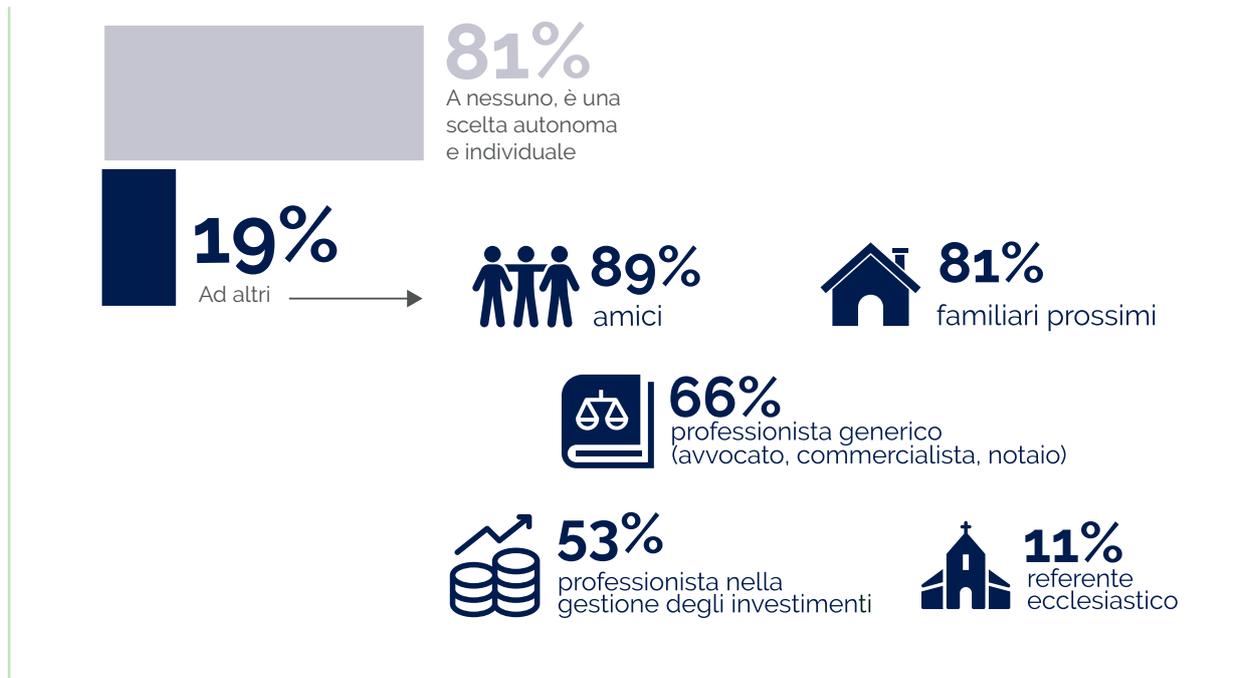


Partendo da queste motivazioni di base, intime e personali, non stupisce che nella stragrande maggioranza dei casi (81%) la decisione di fare una donazione, anche considerevole, è presa autonomamente senza consultarsi con altri (figura 5). Questo aspetto è probabilmente da collegarsi anche al profilo della maggior parte degli intervistati, che, come si è già detto, sono per lo più persone che nella loro vita hanno, o hanno avuto, ruoli di responsabilità e sono abituate a prendere decisioni in autonomia. Ne consegue che, anche nelle sporadiche occasioni in cui queste persone cercano consigli, si rivolgono primariamente ad amici e famigliari e meno a professionisti.

Sia nella primissima fase di decisione a donare,

sia poi nella fase di effettiva scelta delle cause e organizzazioni da sostenere, è quindi ancora poco sviluppata la richiesta di aiuto a esperti che possono accompagnare i filantropi nelle loro decisioni. Nei rari casi in cui è presente, si fa ancora maggiore affidamento alle figure classiche di commercialisti, avvocati e notai (66%) rispetto a consulenti finanziari e family officer (53%). La consulenza di un professionista è per lo più legata al tema delle successioni: l'81% degli intervistati dichiara infatti che intende fare un lascito solidale. Da un lato, questo aspetto è confortante e va nella direzione di una crescita di questo strumento particolarmente diffuso nel Regno Unito ma ancora non così utilizzato in Italia.

figura 5 A chi ci si rivolge prima di fare donazioni



Da un altro punto di vista, può rappresentare un freno rispetto ad un maggiore impegno personale in vita, quando i wealthy italiani potrebbero attivamente entrare nel merito dell'impiego dei fondi che hanno deciso di dedicare a scopi solidaristici. Una volta presa la decisione di donare, anche per quanto riguarda i criteri di scelta dell'ente da sostenere, prevalgono parametri più soggettivi quali la conoscenza diretta (74%) e la forte riconoscibilità (62%) dell'ente, rispetto a una scelta maggiormente ragionata sulle cause più rilevanti (52%) o sulla misurazione dell'impatto

prodotto dalle organizzazioni prescelte (41%). Dopo aver donato, i wealthy people vogliono soprattutto informazioni: sul progetto sostenuto (66%) e sulle attività dell'organizzazione (52%), mentre confermano di essere molto meno inclini a una partecipazione maggiore che presupponga un coinvolgimento diretto nel progetto o una conoscenza di persona dell'organizzazione. Se quindi è vero che solo il 2% dichiara di non voler essere disturbato o richiamato, di fatto quello che viene richiesto agli enti è che inviino informazioni, e non che approfondiscano la relazione.

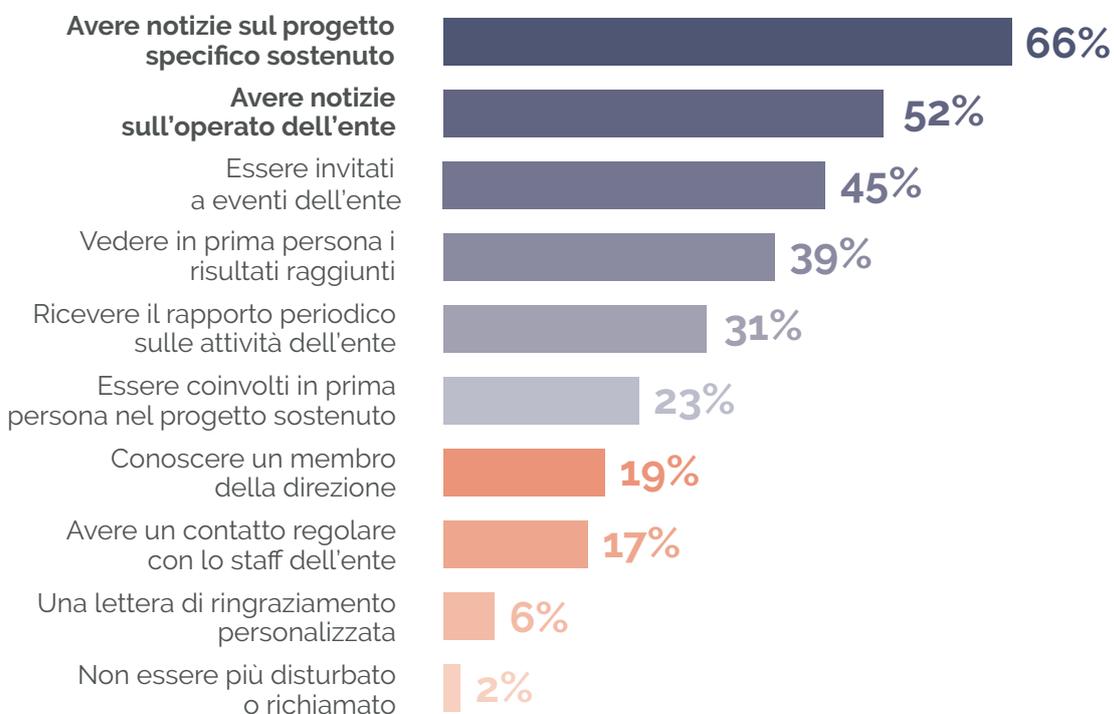
Di contro, nel Regno Unito, i ricchi donatori si aspettano soprattutto che le charity dimostrino la loro efficienza e capacità di gestione manageriale e che misurino l'impatto delle loro attività, dimostrando quindi un approccio più maturo e articolato anche a fronte del maggior coinvolgimento di cui si è già parlato.

Tutti questi elementi sono la spia di una filantropia ancora poco strutturata nel nostro paese, dove per lo più le donazioni vengono vissute come atti singoli, scollegati tra loro, senza una strategia alla base che possa generare un impatto realmente significativo. In un contesto del genere, è fondamentale capire quali sono i principali freni a donare di più e la nota positiva è che pochissimi intervistati adducono motivazioni economiche tra gli ostacoli principali.

### I principali criteri di scelta dell'ente da sostenere



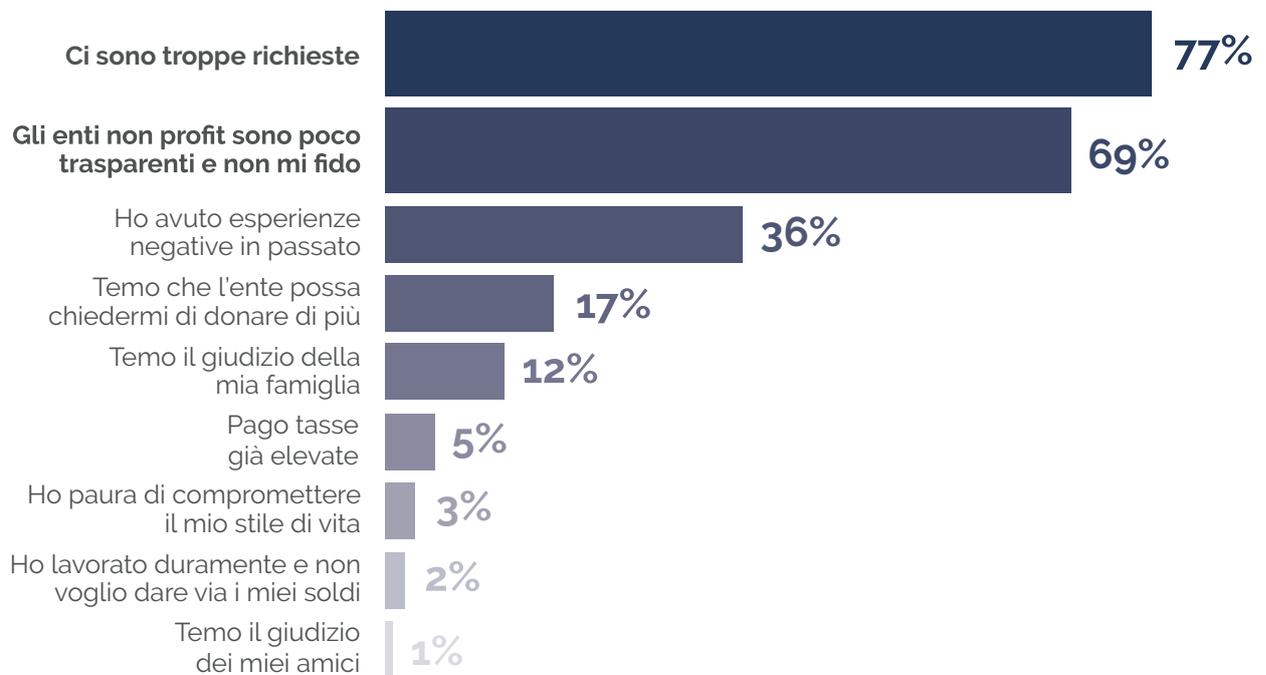
**figura 6** Aspettative post donazione



Il margine per aumentare le donazioni da parte di questo target è ancora ampio, perché non è un problema di risorse scarse, ma di impedimenti diversi che devono essere affrontati, in primis proprio dal Terzo settore. Ciò che scoraggia i più ricchi sono infatti soprattutto l'eccessiva quantità di richieste (77%), la scarsa fiducia nell'operato delle organizzazioni (69%) e, anche se in misura minore, le esperienze

negative pregresse (36%). Queste motivazioni sono strettamente collegate: troppe sollecitazioni da enti diversi, ma spesso operanti nello stesso campo, portano i donatori a essere disorientati e confusi, facendo calare la loro fiducia o provocando danni reputazionali all'intero settore nel caso di scelte che poi si rivelano sbagliate.

**figura 7**    **Gli ostacoli a donare**



L'aspetto della fiducia è quindi centrale. L'alto livello di diffidenza nei confronti del Terzo settore è infatti il fattore principale che trattiene le persone ricche a donare di più anche a livello globale. Uno studio di Barclays Private Bank ha identificato le sette ragioni principali che frenano maggiormente i più ricchi

di tutto il mondo ad aumentare le loro donazioni<sup>7</sup>. Ai primi posti, ci sono sempre motivazioni legate alla fiducia, che quindi è un tema trasversale a qualsiasi contesto e prescinde dal livello di maturità filantropica di un determinato paese.

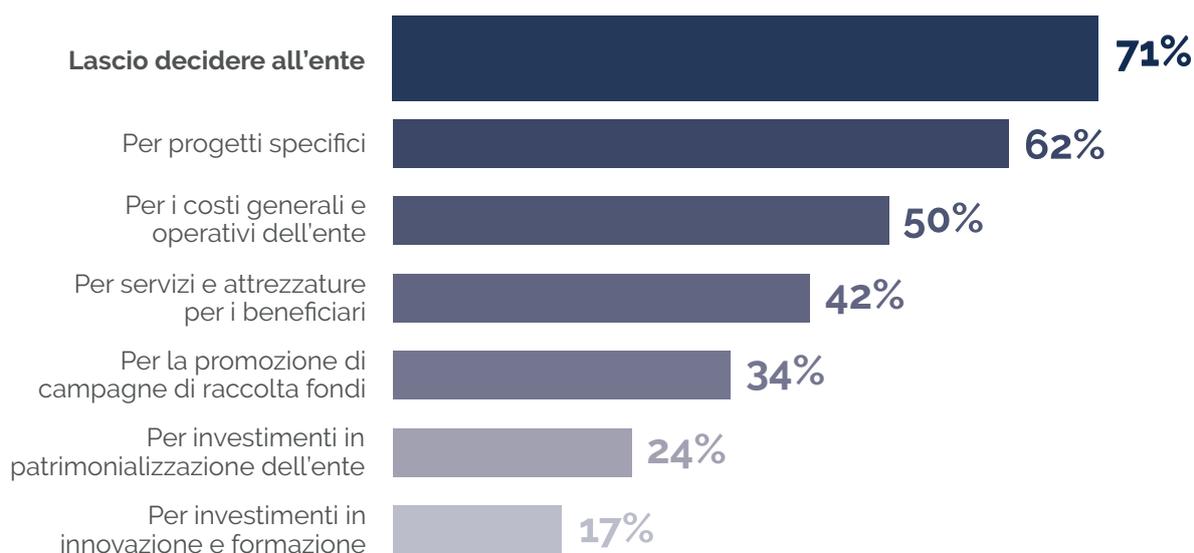
<sup>7</sup> 1. altre urgenze finanziarie (28%), 2. non avere il controllo di come verranno utilizzati i soldi (25%), 3. scarsa fiducia nelle organizzazioni (25%), 4. scarsa conoscenza delle organizzazioni (23%), 5. è responsabilità di chi è più ricco (23%), 6. è responsabilità dello stato/del governo (20%), 7. le somme da investire sarebbero troppo basse per avere un reale impatto (18%).

L'altro lato della medaglia è che **la fiducia si rivela anche un prezioso strumento di raccolta fondi e collaborazione.**

I dati dell'indagine confermano infatti che, una volta scelta l'organizzazione da sostenere, in oltre il 70% dei casi, i wealthy people italiani lasciano decidere all'ente come gestire i fondi erogati (figura 8).

Questo aspetto è particolarmente importante perché significa che la fidelizzazione dei donatori, in particolare di coloro che dispongono di risorse consistenti, può veramente rappresentare un punto di svolta per le organizzazioni che non solo possono disporre di donazioni comunque sopra la media nazionale, ma che possono gestire questi fondi non vincolandoli obbligatoriamente a progetti specifici.

**figura 8** Preferenze sull'utilizzo dei fondi donati





# Conclusioni

3

### 3. Conclusioni

Un primo aspetto che è subito emerso dall'analisi dei dati è che i wealthy people hanno comportamenti filantropici molto simili e sostanzialmente indifferenti alle variabili prese in considerazione. Uomini e donne, di età diverse, con o senza figli, con una ricchezza ereditata o generata, di diverse parti d'Italia, registrano solo modeste differenze, non così decisive e sostanziali come ci si sarebbe potuto aspettare. Anche la stratificazione per patrimonio, sebbene comprenda un range considerevole tra € 500.000 e € 10 milioni di asset finanziari detenuti, non condiziona gli importi donati in misura proporzionale alle diverse fasce di ricchezza. Ovviamente ci sono delle variazioni che per lo più confermano i trend generali: donne, residenti al nord e senza eredi diretti hanno una maggiore propensione e generosità nel donare, ma comunque si tratta di differenze quasi sempre sotto i 10 punti percentuali e che non marcano discontinuità evidenti, ma solo attitudini più accentuate. È quindi possibile, sia per quanto riguarda gli aspetti più quantitativi, sia rispetto ad abitudini e preferenze, tracciare un ritratto omogeneo. I key findings di inizio report delineano una tipologia di donatore che predilige ancora le cause più tradizionali come salute e povertà e che è più propenso a donare a organizzazioni che operano a livello nazionale. Inoltre, la scelta predominante di sostenere un unico ente si collega fortemente al tema della conoscenza diretta e alla riconoscibilità del brand, mentre, di contro, il principale freno a donare è rappresentato dall'eccessiva quantità di richieste che viene accusata di generare confusione e, di conseguenza, scarsa fiducia. Eppure i filantropi

del nostro paese nella stragrande maggioranza dei casi preferiscono non farsi aiutare nell'individuazione delle realtà e dei progetti da sostenere: l'atto donativo è visto come una scelta molto intima, che si fa da soli, a prescindere dall'importo e per cui ancora raramente si richiede l'aiuto di professionisti. Una volta effettuata la donazione, infine, il rapporto spesso non progredisce e molto raramente c'è un coinvolgimento attivo nel volontariato o nella governance. Proprio questi ultimi aspetti marcano una forte differenza rispetto alle abitudini dei wealthy people del Regno Unito. La ricerca di Beacon Collaborative conferma infatti una maggiore maturità della filantropia anglosassone tra gli strati più abbienti della popolazione. Gli omologhi inglesi sono più direttamente coinvolti nelle organizzazioni a cui donano, nonché sostengono abitualmente più di un ente e con cifre più considerevoli. Anche nei criteri di scelta si focalizzano su requisiti più oggettivi, quali un approccio manageriale e la misurazione dell'impatto generato.

La sensazione generale è che nel Regno Unito i più abbienti abbiano già intrapreso quel passaggio culturale per il quale la costruzione di una società più equa e con meno tensioni sociali è un obiettivo che li coinvolge in prima persona e per il quale si sentono protagonisti. Non solo per un sentimento di give back, ma anche perché si considerano parte di un processo di sviluppo del benessere dell'intera società. L'approccio sembra quindi più proattivo e maturo: nel Regno Unito c'è una filantropia di proposta, in cui il filantropo sceglie, interviene, vuole partecipare, entra nel board, monitora i fondi e

e trasferisce le proprie competenze. Mentre in Italia c'è ancora una filantropia di risposta, che reagisce alle sollecitazioni, ma spesso con la preoccupazione di non essere disturbata troppo da richieste di maggior coinvolgimento e ingaggio. La filantropia è vissuta come un dovere, ma senza eccessivo dispendio di energie. Eppure, qualcosa si sta muovendo. I dati dell'indagine evidenziano che la fascia più giovane degli intervistati, tra i venti e quarant'anni, dà segnali di discontinuità rispetto all'intero campione. Lo sguardo sulle cause da sostenere è leggermente più completo, c'è più profonda sensibilità per l'ambiente e maggiore attenzione anche allo sviluppo delle organizzazioni, non solo dei progetti: si nota soprattutto una maggiore propensione a un coinvolgimento attivo. Per concludere, riprendendo la domanda che ha condotto tutto lo studio: possono i wealthy people avere un ruolo decisivo nello sviluppo della filantropia e di conseguenza del Terzo settore in Italia? Dai dati emersi la risposta è positiva, ma ad alcune condizioni. Pochissimi tra gli intervistati hanno infatti addotto motivazioni economiche tra i principali freni a donare, a conferma che il margine per aumentare le donazioni di questo specifico target è ancora considerevole. Ma, oltre alla crescita culturale, anche il Terzo settore deve fare la sua parte se vuole intercettare questo potenziale inesperto. Da un lato è necessario superare la competizione spietata che parcellizza gli interventi, moltiplica le richieste, confonde i donatori e dall'altro bisogna trovare soluzioni innovative per coinvolgere maggiormente queste persone sia nella direzione di un approccio filantropico più strategico sia in una partecipazione attiva che non si fermi alla singola donazione. L'apporto in termini di esperienze, competenze e managerialità che i wealthy people potrebbero mettere a disposizione del Terzo settore è infatti un valore altrettanto prezioso quanto i fondi che possono erogare.





# Bibliografia

Acciari, P., Alvaredo, F. Morelli, S. (2020) The concentration of personal wealth in Italy 1995-2016, Paper for the NBER-CRIW conference, Washington DC, 5-6 marzo 2020 [Novembre 2021]

AIPB-Censis. 2019. Gli italiani e la ricchezza. Affidarsi al futuro per ripartire dalle infrastrutture. Il rapporto AIPB-Censis.

Disponibile in: <https://www.aipb.it/sites/default/files/all/2019-10/II%C2%B0%20RAPPORTO%20AIPB-CENSIS.pdf> [Novembre 2021]

AIPB Censis. 2020. Investire nel futuro dell'Italia oltre Covid-19. III Rapporto AIPB-Censis.

Disponibile in: <https://www.aipb.it/sites/default/files/all/2020-12/III%20RAPPORTO%20AIPB-CENSIS.pdf> [Novembre 2021]

Banca d'Italia e Istat. 2019. La ricchezza delle famiglie e delle società non finanziarie italiane 2005-2017.

Disponibile in: <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/ricchezza-famiglie-societa-non-fin/2017-ricchezza-famiglie-societa-non-fin/index.html> [Settembre 2021]

Banca d'Italia. 2021. I conti economici e finanziari durante la crisi sanitaria del Covid-19.

Disponibile in: [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/conti\\_finanziari\\_ed\\_economici\\_covid\\_14gen21.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/note-covid-19/2021/conti_finanziari_ed_economici_covid_14gen21.pdf) [Marzo 2021]

Banca d'Italia. 2021. Conti finanziari.

Disponibile in: <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/conti-finanziari/> [Ottobre 2021]

Barclays Private Bank. 2019. Barriers to Giving. Research into the evolving world of philanthropy.

Disponibile in: <https://privatebank.barclays.com/content/dam/privatebank-barclays-com/en-gb/private-bank/documents/what-we-offer/philanthropy/barriers-to-giving-ibim9550.pdf> [Settembre 2021]

Capgemini, Research Institute. 2021. World Wealth Report 2021.

Disponibile in: <https://www.capgemini.com/it-it/news/world-wealth-report-2021/> [Settembre 2021]

Charities Aid Foundation. 2019. 10th edition of CAF world giving index: Ten years of giving trends.

Disponibile in: [https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf\\_wgi\\_10th\\_edition\\_report\\_2712a\\_web\\_101019.pdf](https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi_10th_edition_report_2712a_web_101019.pdf) [Settembre 2021]

Credit Suisse, Research Institute. 2021. Global Wealth Report 2021.

Disponibile in: <https://www.credit-suisse.com/about-us/en/reports-research/global-wealth-report.html> [Novembre 2021]

Man, M., Boswell K., Dingle, K., Todres G. 2020. Collaborating for a Cause. How cause-related networks can lead to more and better philanthropic giving.

Disponibile in: <https://pearsfoundation.org.uk/wp-content/uploads/Collaborating-for-a-cause.pdf> [Ottobre 2021]

Marcon, G.. 2021. La ricchezza in Italia Rapporto di ricerca. MPRA Paper No. 107809.

Disponibile in: <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/107809/> [Ottobre 2021]

Oxfam. 2021. Il virus della disuguaglianza.

Disponibile in: [https://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2021/01/FINAL\\_Sintesi\\_report\\_-Il-Virus-della-Disu-guaglianza.pdf](https://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2021/01/FINAL_Sintesi_report_-Il-Virus-della-Disu-guaglianza.pdf) [Settembre 2021]

Puleda, V. 2021. Un salvadanaio da 5.000 miliardi. Affari e Finanza, Repubblica. 11/10/2021 – Credito [Ottobre 2021]

The Beacon Collaborative. 2020. Giving Voice to Philanthropy. A report exploring renewal of the Beacon celebration.

Disponibile in: [https://pearsfoundation.org.uk/wp-content/uploads/Giving-Voice-to-Philanthropy\\_FINAL-REPORT.pdf](https://pearsfoundation.org.uk/wp-content/uploads/Giving-Voice-to-Philanthropy_FINAL-REPORT.pdf) [Ottobre 2021]

The Beacon Collaborative. 2020. The Giving Experience, Overcoming The Barriers.

Disponibile in: <https://www.beaconcollaborative.org.uk/reports/the-giving-experience/> [Giugno 2021]





[www.fondofilantropicoitaliano.it](http://www.fondofilantropicoitaliano.it)