

CIVIC

I QUADERNI DI FONDAZIONE ITALIA SOCIALE
NUMERO 2 | SETTEMBRE 2019



**UNA FILANTROPIA
POPOLARE**

UNA FILANTROPIA POPOLARE

La filantropia è viva, più che mai. Anche se, forse, non siamo abituati a chiamarla con questo nome perché ci condiziona un'idea un po' passata ed elitaria. Ma la verità è che l'immagine del filantropo come persona facoltosa che verso il termine della propria vita decide di restituire parte della fortuna accumulata, decidendo di propria iniziativa a quali cause dedicarsi, non rispecchia più la realtà dei nostri giorni. Valeva in un altro tempo, per un'altra società. Mentre oggi l'idea che avanza è quella di una filantropia come "azione volontaria per il bene comune", come si spiega in uno dei testi di questo numero.

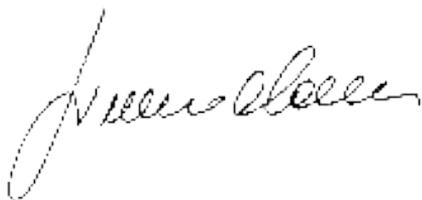
Il cambiamento di prospettiva è radicale. Significa che l'agire filantropico sostiene la vita sociale. Ne fa parte e le assicura consistenza. Non è l'esercizio caritatevole di una minoranza abbiente, ma il modo stesso con cui una comunità si confronta sul tema essenziale del bene e stabilisce quali sono i legami che la tengono insieme. Tutti siamo costantemente coinvolti in atti filantropici, come protagonisti o come beneficiari. Per il principio che nessuno è un'isola e tutti dipendiamo dai rapporti con gli altri. Con chi ci è più vicino o anche con chi è più lontano, ma, invisibilmente, ci è comunque connesso.

Questo significa che l'agire filantropico ha un ruolo essenziale nella costruzione della convivenza civile. Ne è la base, perché per suo tramite si crea un'intesa su quanto riconosciamo come bene comune. Definisce dei modelli di comportamento e fissa le linee lungo le quali sappiamo di poterci affidare ad un rapporto reciproco di solidarietà. In altre parole, costruisce la tessitura del nostro vivere insieme.

Per questo motivo abbiamo scelto come tema di questo quaderno l'idea di "filantropia popolare". Cioè di un'azione filantropica alla portata di tutti, senza distinzioni di reddito. Non un'attività da ricchi, ma un agire da cittadini. Da persone che vivono nello spazio pubblico sapendo che a volte, per fare davvero il proprio interesse, è necessario rinunciare a qualche pretesa individuale per perseguire un interesse comune. Perché dalla qualità delle comunità in cui viviamo dipende anche la qualità delle nostre vite private. E non c'è, non ci può essere, una separazione tra il mio spazio privato e lo spazio condiviso con gli altri.

È il percorso che abbiamo deciso di intraprendere con Fondazione Italia Sociale. Per rendere la filantropia un gesto popolare, di comunità, accessibile a tutti. E per mostrare allo stesso tempo lo stretto legame che unisce quest'idea di filantropia con una nozione responsabile di cittadinanza. Senso civico e apertura all'altro, disponibilità al dono e fiducia, sono in fondo modi diversi per significare che una società sta insieme se condivide un'idea di bene.

Enzo Manes
Presidente Fondazione Italia Sociale





| | | |
|--|---|----|
| Editoriale | Una filantropia popolare Enzo Manes | 3 |
| Introduzione | Il ritorno a una filantropia di comunità Gianluca Salvatori | 9 |
| 1. Scenario | | 16 |
| Orizzonti | Nuova coesistenza civile Alfonso Fasano | 18 |
| Data | Un futuro da filantropi per gli italiani, popolo di risparmiatori | 22 |
| | Terzo settore, welfare statale e filantropia individuale Intervista a Antonio Preiti di Antonella Scarfò | 28 |
| Opinioni | Filantropia e democrazia secondo Tocqueville Intervista a Umberto Coldagelli | 32 |
| Case history 1 EFC | Verso l'unione della filantropia europea Gianluca Cedolin | 34 |
| | Manifesto Europeo della Filantropia European Foundation Centre | 37 |
| Case history 2 Wikimedia Foundation | L'anno della maturità dell'enciclopedia libera Matteo Muzio | 43 |
| | Le parole di tutti Intervista a Luca Martinelli | 45 |
| Lavori in corso | Il Fondo Filantropico Italiano | 48 |

2. Collegio dei Partecipanti

I Partecipanti di Fondazione Italia Sociale

51

Aon Italia
Artefice Group
Banca Mediolanum
BCG – The Boston Consulting Group
Class Editori
Fondazione Adriano Olivetti
Fondazione Etica
Fondazione Noi Lega Coop Toscana
Gatti Pavesi Bianchi Studio legale associato
ICCREA Banca
INTEK Group
Italiana Petroli
KME Italy
Lottomatica Holding
Luiss – Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli
Pirelli & C.
Smemoranda Group

3. Column

70

Tra virgolette

72

Chi vince piglia tutto
Anand Giridharadas

Cantiere Italia

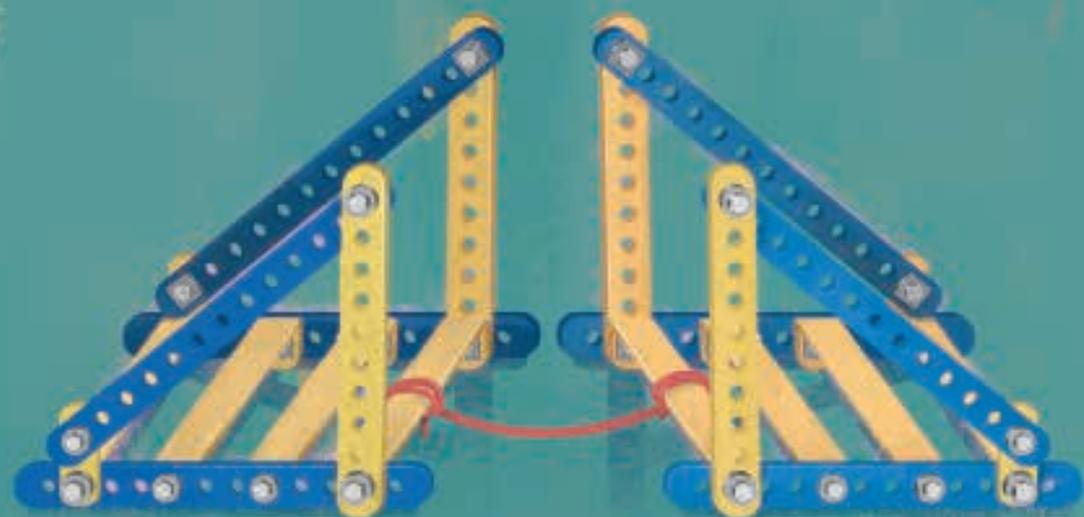
75

Abbattiamo i muri
della generosità
Ferruccio de Bortoli

Parola da salvare

77

Buonismo
Federico Baccomo



Il ritorno a una filantropia di comunità

Gianluca Salvatori

Un nuovo scenario di riduzione delle risorse pubbliche e di un welfare in continuo ridimensionamento non può che avere bisogno di riprendere in mano la filantropia, sempre tacciata di essere elitaria, e di renderla “pop”. Popolare, partecipata, inclusiva. Dove tutti sono protagonisti

Il titolo di questo quaderno non è intuitivo. In che senso la filantropia può essere popolare? C'è un modo di intenderla diversamente dalla rappresentazione tradizionale di fenomeno per *élite*? Quali sono i motivi per guardarla oggi con occhi diversi sfidando i pregiudizi che per decenni l'hanno resa un concetto, appunto, impopolare? Il pensiero e la pratica filantropica sono sempre stati il risultato di un contesto e di una cultura. La filantropia è un atto sociale, non una semplice transazione economica, e come tale è il prodotto del proprio tempo e dei luoghi in cui si

sviluppa. C'è stato un periodo storico in cui si pensava che fosse un'attività riservata ad una *élite* abbiente mossa da intenti caritatevoli, e un tempo in cui viceversa il concetto di filantropia ha espresso il senso di una solidarietà che impegnava tutti i membri di una comunità indipendentemente dal loro reddito.

Quando Muhammad Yunus prende posizione contro la filantropia e le *charity*, in quanto a sua detta non generano imprenditori ma dipendenze, pensa ovviamente alla prima accezione, quella che deriva da un atteggiamento vittoriano di benevolente superiorità.

Di fronte al mare dell'intervento pubblico, le gocce della filantropia apparivano come poca cosa, oltretutto con un retrogusto elitario

Una filantropia che soccorre, ma non ripara. Mentre dalle descrizioni di Tocqueville della società americana, nei primi anni dopo la conquista dell'indipendenza, emerge un'idea legata al tema delle riforme politiche e sociali, in tutt'uno con la creazione di una visione comune del bene pubblico. Una filantropia che agisce per il cambiamento. Lo spettro dei significati è dunque tanto ampio quanto quello delle situazioni contingenti. Per questo è importante capire qual è oggi il contesto in cui nel nostro Paese si può parlare di filantropia e perché ha senso adoperarsi per una sua diffusione. La storia delle idee può aiutare a superare pregiudizi frettolosi e ragionamenti per schemi.

Un concetto impopolare?

Nella cultura dei Paesi europei, nei tempi recenti, la filantropia non ha goduto di grande popolarità. Termine troppo gravato da un passato in cui il gesto filantropico era percepito come atteggiamento paternalista, spesso anche moralmente giudicante. A metà dell'Ottocento, nell'Inghilterra vittoriana, i più ricchi sentivano di dover fare qualcosa per alleviare le condizioni di estrema pover-

tà prodotte dalla trasformazione industriale (la stessa che aveva generato le loro grandi ricchezze); ma erano convinti che fortuna e sfortuna non fossero indipendenti dai meriti individuali. In quella società, mossa da uno spirito di compassione verso i più sfortunati ma, al tempo stesso, animata dall'idea che il successo fosse il meritato risultato di qualità individuali, la "restituzione" (l'anglosassone *giving back*) per essere autentica doveva scaturire da una decisione puramente privata, anziché da un progetto di responsabilità civica. Il gesto filantropico era considerato tanto più vero quanto più motivato da una benevolenza libera da ogni interesse, con obiettivi rispondenti esclusivamente alle insondabili inclinazioni del ricco donatore. Non sempre scevre dal pregiudizio che i più poveri fossero in qualche misura responsabili della propria condizione.

I risultati di quest'atteggiamento caritatevole - orientato a intervenire sugli effetti più che sulle cause, e soggetto al giudizio insindacabile del singolo donatore - non potevano che essere frammentari e inefficienti. Per questo William Beveridge, l'architetto del *welfare state* inglese, poté affermare che la lotta alla povertà, per la sua vastità, doveva essere un

compito dello Stato più che dei singoli privati. Convinzione che è prevalsa per decenni nelle società europee, fino ai nostri giorni. Strutturandosi in un articolato sistema di interventi pubblici che sui temi dell'inclusione sociale hanno portato il *welfare state* a prendere il posto della filantropia, ovviamente su una scala ben più ampia e con un dispiegamento di risorse assai più ingente di quanto avrebbe potuto fare qualsiasi benefattore privato. Allo Stato, dunque, il compito di farsi carico dei bisogni sociali primari, mentre ai ricchi filantropi il compito di contribuire al miglioramento della società finanziando musei, collezioni d'arte, sale concerti, biblioteche o parchi. In un intreccio che legava sempre più strettamente le motivazioni altruistiche con aspirazioni di status e prestigio sociale.

Non sorprende quindi la scarsa simpatia che il concetto di filantropia ha suscitato negli anni ruggenti del welfare pubblico. Quando questo si espandeva senza sosta e rispondeva, perlopiù efficacemente, a un numero crescente di richieste affioranti dalla società, di fronte al mare dell'intervento pubblico, le gocce della filantropia apparivano come poca cosa, oltretutto con un retrogusto elitario. Lo sviluppo di forti "stati sociali", soprattutto in

Europa, ha finito quindi per spingere la filantropia verso ruoli di secondo piano lungo tutta la metà del Ventesimo secolo.

Ma anche questa fase, come sappiamo, ha cominciato a declinare. Nel nuovo scenario, quello in cui ci stiamo dibattendo, le risorse pubbliche stentano a soddisfare i bisogni sociali o addirittura si contraggono, lasciando scoperti interi settori che prima erano un ambito riservato all'intervento dello Stato, quando invece i bisogni continuano ad aumentare, anche per effetto della crescita delle disuguaglianze economiche e sociali. Quindi diventa sempre più urgente mettere in campo nuovi modelli di intervento, mobilitando risorse private, anche a causa della crescita della complessità sociale. Agli effetti di una domanda sociale sempre più diversificata – nei bisogni di salute, di assistenza, di istruzione – l'approccio universalistico del welfare tradizionale fatica a rispondere. Società sempre più complesse generano bisogni, anche sociali, sempre più differenziati. Sistemi fortemente condizionati da vincoli, come quelli pubblici, non riescono a reagire con la rapidità e la flessibilità richieste dalle nuove istanze. Quindi, anche se la sproporzione tra risorse pubbliche e risorse private rimane importante, nel nuovo

Chi ha poco, in proporzione, dona più di chi ha molto. Negli Stati Uniti la parte di popolazione più abbiente dona molto meno di quanto dona la parte di popolazione meno ricca

scenario l'apporto del privato acquista un'importanza maggiore rispetto al passato, non solo per le risorse che porta, ma anche per come le utilizza, innovando l'offerta di servizi al ritmo richiesto dalla trasformazione sociale.

La combinazione di complessità sociale e crisi fiscale dello Stato sta dunque riportando sulla scena la filantropia. Non certo però la *charity* ottocentesca. L'area della vulnerabilità sociale infatti è diventata molto più ampia e non coincide con il solo tema dell'alleviamento della povertà, inteso nei termini tradizionali. Pesano sempre di più le incertezze sul futuro del lavoro, il disagio indotto dalla mancanza di prospettive economiche, gli effetti della disgregazione delle comunità. Fenomeni che riguardano una parte di popolazione più ampia rispetto a quella statisticamente classificata come area della povertà. Legati a una serie di ansie che permeano categorie e gruppi sociali che fino a non molto tempo fa si consideravano al riparo da rischi e pericoli, mentre oggi vivono in uno stato di crescente insicurezza, sottoposti a sfide più sfuggenti, e perciò più inquietanti, per le quali i punti di riferimento tradizionali non valgono più, e ha più presa invece la retorica illusoria delle facili soluzioni.

La filantropia delle imprese

In questo nuovo quadro, figlio della complessità sociale, la ripresa di interesse per l'azione filantropica si propone in varie forme, anche divergenti. Ad un estremo, si trova il "filantrocapitalismo": una tendenza che si è affermata nell'ultimo paio di decenni, e che trasferisce all'ambito filantropico gli strumenti e i metodi dell'attività d'impresa, per coniugare profitti e giustizia sociale. È il tema del *to do good* attraverso il mercato e mediante l'esercizio dell'attività imprenditoriale. Secondo una visione che supera la responsabilità sociale d'impresa, contraddistinta dal rischio innato di restare confinata nell'ambito del marketing e della comunicazione, per collocare invece l'obiettivo filantropico nel cuore stesso delle strategie aziendali, abbandonando la teoria dei "due tempi" della filantropia tradizionale, in cui il filantropo nella prima parte della vita si impegnava ad accumulare ricchezze per poi distribuirle solo una volta raggiunto il successo, come gesto di riconoscimento verso il contesto che lo ha favorito. Visione spesso criticata per la sua vena strumentale e "autoespressiva", perché il filantropo sceglie le cause da sostenere sullo stimolo del proprio

coinvolgimento emozionale più che in base ad un'analisi razionale sull'uso più efficace del denaro donato. Nella "filantropia strategica" invece non c'è distinzione tra fase d'accumulo e fase di redistribuzione, e neppure c'è spazio per le preferenze emotive. Il criterio del filantrocapitalista è quello dell'ottimizzazione delle risorse e della coerenza con le strategie aziendali. Questo cambio di prospettiva ha avuto diverse declinazioni. Molte formule sono state usate per coniugare la filantropia con le strategie aziendali: dalla teoria del "valore condiviso", di cui per primo nel 2006 ha parlato Michael Porter sulla *Harvard Business Review*, al concetto di *Corporate Philanthropy*, citato nel primo numero di *Civic* a proposito di Cecip. Ma anche il movimento delle B Corporation si può inserire in questo filone, come idea di impresa che mira a bilanciare profitto e alti standard sociali e ambientali. Nella convinzione, comune a tutti questi orientamenti, che per affrontare i problemi del nostro tempo – dalla disuguaglianza alla povertà, dalla difesa dell'ambiente al rafforzamento delle comunità, fino alla creazione di posti di lavoro di qualità - non si possa prescindere dal ruolo delle aziende. Perché – in questa visione – le imprese sono depositarie di un potere trasfor-

mativo e di una capacità d'impatto positivo, sulle persone e sull'ambiente, non inferiori allo Stato e al settore non profit.

Purpose e impatto sono i termini che oggi ricorrono più spesso per definire il ruolo sociale delle imprese. Non a caso negli scorsi mesi, al compimento del ventesimo anno di vita, Cecip ha modificato il significato del proprio acronimo, da *Committee Encouraging Corporate Philanthropy* a *Chief Executives for Corporate Purpose*, indicando un mutamento d'orizzonte. La questione non è più soltanto di portare la filantropia all'interno delle strategie aziendali. È lo scopo stesso dell'impresa a essere riconsiderato, incorporandovi strutturalmente la dimensione della sostenibilità sociale e ambientale. La missione aziendale quindi va ridisegnata al di fuori della camicia di forza della teoria del primato dell'azionista. Gli stakeholder tornano a essere parte essenziale del perimetro di azione. Al punto che "filantropico" è un aggettivo che non rende più, fino in fondo, la portata del movimento in atto.

Le ragioni del filantrocapitalismo si sono ampliate fino a rendere necessaria una definizione più comprensiva e accogliente (per qualcuno, anche troppo), di cui *purpose* e im-

Nel fare filantropia le persone sono spinte da una motivazione che è al tempo stesso privata e pubblica, senza contraddizione

patto sono i pilastri lessicali. Il movimento di tutte le imprese verso la ricerca di un *purpose* sociale, sull'onda della citatissima lettera agli investitori del ceo di Blackrock, Larry Fink, ha provocato il ritorno del concetto di filantropia a un significato più ristretto e preciso. Con il *Philanthropic Enterprise Act*, nel 2017, la legislazione statunitense ha sancito la possibilità per le fondazioni di finanziarsi tramite l'attività di società profit, a condizione di detenerne interamente il controllo e di destinare alla attività filantropica il 100 per cento degli utili. La *corporate philanthropy*, con ciò, è andata per il momento in pensione.

Il ritorno della filantropia di cambiamento sociale

Mentre si consumava questo slittamento semantico, all'estremo opposto riprendeva vigore quella tradizione che si può far risalire a un approccio comunitario e di "massa" alla filantropia. Su questo versante l'atto filantropico si spoglia di ogni aspetto connesso al prestigio e allo status sociale e si concentra sulla dimensione dell'impegno civico e del cambiamento sociale. I protagonisti in questo caso non sono né i grandi donatori né le

imprese, ma la gente comune. Alla base, due constatazioni. La prima è che chi ha poco, in proporzione, dona più di chi ha molto. Le cifre degli Stati Uniti dicono che il 10 per cento della popolazione più abbiente dedica a donazioni una parte delle proprie sostanze che è percentualmente inferiore a quella donata dal 10 per cento della popolazione meno ricca. Stessa tendenza anche in Italia. La filantropia quindi è tutt'altro che una prerogativa dei più ricchi.

La seconda constatazione è che nel secolo appena concluso nessuna grande causa sociale si è imposta per iniziativa del mercato. Le battaglie sui diritti civili, sui diritti delle donne, sulla difesa dell'ambiente, sono tutte nate per la spinta della società civile, salvo poi consolidarsi grazie all'azione dei poteri pubblici in quanto forza effettiva di "bene pubblico". Il business e le imprese, anche per la debolezza dei poteri politici, oggi giocano un ruolo cruciale nell'accompagnare il movimento della società verso il *good* ma non hanno un ruolo di leadership: sono strumenti in un'orchestra, non occupano il podio del direttore.

Con ciò si ritorna ad un'idea di filantropia che riguarda il cambiamento sociale e in cui tutti possono essere protagonisti, indipen-

dentemente dai mezzi che hanno a propria disposizione. Una filantropia, appunto, popolare. Nel cui nucleo c'è la preoccupazione per il miglioramento della qualità di vita della comunità. Filantropia come impegno civico, *civic stewardship*, perché la sua essenza coincide con il farsi della "storia sociale dell'immaginazione morale", come l'ha definita Robert Payton. Ovvero, fondamentalmente, un modo tramite il quale le persone danno forma alla visione morale di ciò che considerano "bene". L'attività filantropica ha valore per il ruolo essenziale nella formazione della società civile, cioè dello spazio entro cui gli individui agiscono di concerto per dare corpo ad una visione di "bene comune". È con l'agire filantropico come esercizio di immaginazione morale che una comunità – impegnandosi nel rendere migliore la realtà in cui vive – definisce ciò che intende per "bene". L'idea della filantropia come "azione volontaria per il bene comune" (la definizione è sempre di Payton) ha un'ulteriore implicazione. Significa infatti che nel suo agire filantropico la persona è mossa da una motivazione che è al tempo stesso privata e pubblica, senza contraddizione. Fare del bene alla propria comunità e agli altri comporta anche chiari e molteplici benefici per sé stessi. È quello che Tocqueville (ancora lui!)

intendeva quando, in riferimento al suo viaggio in America, scriveva di aver scoperto una società in cui l'"interesse" aveva sostituito la "virtù" come motivazione per impegnarsi a favore del bene comune. Ma si trattava di *self-interest rightly understood*, cioè consapevolezza che per fare il proprio interesse a volte è meglio sacrificarne una parte per realizzare un bene superiore. Nella convinzione che tutti, prima o poi, possiamo in qualche modo trarre beneficio da una filantropia di comunità, animata dall'impegno per il bene comune. Quindi tutti abbiamo la responsabilità di alimentare questa filantropia, senza distinguere tra ragioni altruistiche e ragioni di autointeresse. A differenza della tradizione datata di una benevolenza paternalistica, qui il tema non è quello di un altruismo totalmente disinteressato, bensì, al contrario, quello dell'allineamento del proprio interesse con quello degli altri. Perché l'interesse individuale, inteso correttamente, non può essere separato dal bene di tutti. Ridare spazio all'idea che l'agire filantropico serve a costruire la società civile è il primo passo per reagire al senso di vulnerabilità che sta erodendo le ragioni della nostra convivenza. Per scoprire che tra agire da filantropi e essere "civic", in fondo, non c'è differenza.



1. Scenario

La filantropia moderna
deve intercettare
e soddisfare i bisogni
di comunità sempre
più miste e integrate.
Ecco perché è
necessario un nuovo
civismo attivo
basato sull'inclusione,
sulla trasversalità,
sulla convivenza,
i pilastri su cui si regge
la solidarietà

Nuova coesistenza civile

Alfonso Fasano*

Abbiamo il dovere di costruire una nuova cultura della solidarietà che vada oltre la pura erogazione e diventi vera e propria imprenditoria sociale. Fondazione Italia Sociale vuole raccogliere questa sfida, creando nuove connessioni tra tutti i tessuti della popolazione, tra gli individui e le realtà profit e non profit

Cosa intendiamo esattamente quando parliamo di filantropia? L'analisi etimologica ci porta in uno spazio interpretativo decisamente ampio, le due parole greche originarie, *philia* e *anthròpos*, significano rispettivamente “amicizia” e “uomo”. La loro unione, in pratica, può indicare qualsiasi sentimento e/o comportamento tangibile che tenti la realizzazione del benessere per la comunità. Questa incertezza non concerne solo la definizione della filantropia in senso assoluto, ma è anche un discorso che riguarda il tempo in cui viviamo, il contesto

* Scrive per *Undici*.

geografico e politico in cui siamo immersi, in cui utilizziamo un termine potenzialmente così vasto: sono tutti parametri che influenzano inevitabilmente la nostra idea riguardo il Terzo settore. È un discorso di necessità che cambiano, e che cambiano la percezione delle cose e della solidarietà: se la filantropia moderna si è sviluppata negli anni dell'Umanitarismo, a cavallo tra il Diciottesimo e il Diciannovesimo secolo – attraverso la costruzione di ospedali e scuole per l'alfabetizzazione, attraverso l'istituzione di numerose società benefiche, prime tra tutte quelle fondate nei Paesi Anglosassoni –, oggi le esigenze sono cambiate. Soprattutto nelle zone più ricche del pianeta, le richieste per il benessere della collettività si sono trasformate, si sono evolute. E allora è necessario che nasca e si sviluppi una nuova cultura filantropica, che possa farsi carico di queste urgenze moderne, di una società nuova, dal punto di vista economico e politico. Che possa provare a creare benessere in comunità differenti rispetto al passato, specchi più fedeli di ciò che è il nostro tempo.

In un articolo pubblicato circa un anno fa dal *New Yorker*, la giornalista americana Elizabeth Kolbert ha scritto: «Viviamo, si dice spesso, in una sorta di *età dorata*, in un'epoca di ricchezza stravagante e stravaganti manifestazioni di generosità. Negli ultimi quindici anni sono state create circa 30mila fondazioni benefiche private, e il numero di fondi raccolti dai donatori è quasi raddoppiato. Tante personalità dell'industria e dell'alta finanza hanno deciso di investire nella filantropia. È concreto il rischio che queste personalità possano acquisire un'indebita influenza sulla politica pubblica». Questo tipo di critica alla filantropia *liberal*, tipicamente americana ma anche tipicamente occidentale, è una spia sul cruscotto del Terzo settore. Non perché questo approccio sia da cancellare completamente, piuttosto indica nuove strade sul ruolo della filantropia nel mondo contemporaneo. La richiesta è chiara: è necessario che il Terzo settore dell'era moderna si basi su un coinvolgimento maggiore, più inclusivo, e su differenti obiettivi da raggiungere. È fondamentale che tutti gli strati della popolazione partecipino alle opere benefiche, una sorta di “nuova filantropia popolare” – uno dei primi obiettivi di Fondazione Italia Sociale, che si prepone di superare la filantropia di pura erogazione per creare una vera imprenditoria sociale. Perciò il passo successivo deve essere intercettare e comprendere i nuovi bisogni della comunità, a tutti i livelli: anche questi, ormai, vanno oltre il concetto di semplice redistribuzione delle risorse, perché il tessuto sociale italiano – e occidentale, in generale – è molto diviso su tematiche centrali nel discorso politico, ad esempio uguaglianza e accoglienza. La costruzione di un bene comune, che resta il primo dovere del Terzo settore, deve quindi partire dalla creazione di una nuova grammatica della convivenza, di una nuova modalità di intendere la filantropia partendo dalla coesistenza; è fondamentale la scrittura di un nuovo software della condivisione alla base del civismo attivo, una richiesta diventata urgente come e forse più della realizzazione dell'hardware, della costruzione di strutture fisiche e dei luoghi di aggregazione educativa e solidale.

Favorire e alimentare un'integrazione più profonda, più radicata, diventa una questione centrale dal punto di vista sociale, economico, culturale: secondo i dati dell'ultimo rapporto Istat sul Terzo settore, sette dipendenti su dieci del non profit sono donne; tre lavoratori su dieci hanno almeno una laurea triennale; più di otto su dieci sono a tempo indeterminato, e uno su due lavora part-time. La sfida della filantropia moderna è quella di migliorare l'eterogeneità di questi

numeri, di espandere la partecipazione, di rendere ancora più inclusivo il modello di solidarietà attiva. L'ambizione da inseguire è la creazione di connessioni più strette e più solide tra strati diversi del tessuto socioeconomico: sarebbe il percorso giusto per rispondere alle perplessità sulla filantropia vista e percepita come un sistema chiuso ed elitario, aperto solo a poche grandi personalità e istituzioni. Gli stessi concetti espressi da Elizabeth Kolbert sul *New Yorker* sono stati ripresi da Edgar Villanueva – membro della Lumbee Tribe of North Carolina e autore del libro *Decolonizing Wealth: Indigenous Wisdom to Heal Divides and Restore Balance* – in un'intervista rilasciata al *New York Times* nel novembre 2018: «Molto spesso, i finanziatori delle fondazioni benefiche inviano il loro contributo e chiedono degli opuscoli per capire come verranno investiti i loro soldi, per conoscere la destinazione d'uso della loro generosità. Per me è una situazione molto triste, perché la cosa migliore che può capitare a chi vuole fare solidarietà è essere partecipe, entrare dentro una comunità che non gli appartiene, sedersi alla tavola delle persone che sono in difficoltà, aprire il cuore per donare ma anche per ricevere, per entrare in contatto con le persone che hai deciso di aiutare. È fondamentale coltivare questo tipo di scambi».

Fondazione Italia Sociale ha compreso questo scenario, e ha già iniziato a costruire un nuovo tipo di cultura filantropica: le adesioni al nuovo progetto sono già 17, dal mondo profit e non profit, e parliamo di aziende multinazionali, università, fondazioni culturali e sociali, banche, editori, studi professionali e società di consulenza. Una rete già molto vasta e variegata, da cui partire e su cui investire per dare un nuovo, ulteriore impulso al Terzo settore. Secondo l'ultimo report 2013 dell'Enrop (European Research Network on Philanthropy), citato anche dal *Sole 24Ore*, il nostro Paese muove circa 8,2 miliardi di euro in donazioni – 7,2 dai privati e uno dalle imprese. Queste cifre permettono all'Italia di essere al secondo posto nell'Unione Europea per contributi dei privati, dietro al Regno Unito (16,4 miliardi), e al quinto posto dei Paesi in cui le imprese erogano più risorse con finalità filantropiche dopo Germania (11,2 miliardi), Francia (2,8), Regno Unito (2,7) e Paesi Bassi (1,4). Insomma, esistono delle solide basi perché in Italia possa essere costruita una infrastruttura civica nuova, moderna, fondata sull'inclusione e sulla convivenza, oltreché sulla solidarietà attiva. È lo spirito della filantropia moderna, è l'obiettivo di Fondazione Italia Sociale: porsi come motore di aggregazione tra istituzioni, enti, imprese e cittadini che si impegnano nel sociale, che vogliono portare il Terzo settore al centro del discorso economico del Paese, ancora più di quanto non lo sia già. Una delle nuove soluzioni per realizzare questa società coesa e inclusiva, che si prenda cura delle persone e della comunità accanto all'azione dello Stato, sono i Fondi operativi, filantropici e di investimento: sosterranno progetti sociali diffusi, replicabili sull'intero territorio nazionale, trasversali a tutti i settori del tessuto sociale. Ecco, quest'ultimo è il concetto fondamentale: il Terzo settore deve creare un nuovo civismo in grado di rinsaldare i legami tra cittadini, istituzioni e corpi intermedi, deve fornire gli strumenti adatti perché le pratiche sociali coinvolgano tutti gli attori. Senza differenze, senza distinzioni. Da queste connessioni interne parte il nuovo, necessario consolidamento delle fondamenta democratiche dello Stato. Da qui parte il nuovo progetto di Fondazione Italia Sociale: alimentare insieme cultura filantropica e filantropia attiva. Perché la solidarietà può nascere e esprimersi solo nella conoscenza, nella convivenza, nella condivisione.

La parte
più cospicua
delle donazioni
è quella erogata
dagli individui
agli enti non
profit e ammonta
complessivamente
a 5,3 miliardi
di euro

Un futuro da filantropi per gli italiani, popolo di risparmiatori

Dallo studio di Istat e Banca d'Italia emerge la fotografia di un'Italia dedita soprattutto al risparmio. Nel 2017 la ricchezza netta delle famiglie italiane è stata di 9743 miliardi di euro, più di 8 volte il reddito disponibile

Buone notizie per il mondo della filantropia in Italia, che nel 2017 conta un ammontare di circa 11,2 miliardi di euro erogati. Otto italiani su dieci si dichiarano donatori, secondo un'indagine realizzata da Doxa per conto di Paypal e Rete del Dono. La parte più cospicua delle donazioni è quella erogata dagli individui agli enti non profit, che ammonta complessivamente a 5,3 miliardi di euro, secondo una elaborazione di *Vita* sui dati del Ministero dell'economia e delle finanze relativi all'anno 2017. Meno della metà del Regno Unito, stando alle stime dello UK Giving Index 2018 e 2019, caratterizzato dall'utilizzo di massicce campagne di fundraising, in particolare nei mesi di novembre e dicembre. Tra i due Paesi, però, c'è una netta differenza. Mentre il dato britannico è stabile, intorno agli 11 miliardi, l'Italia mostra un importante trend positivo, in linea con una curva storica ascendente a partire dal 2014. Che lascia presagire, o quantomeno sperare, un futuro incremento delle attività di donazione individuale degli italiani. Ma c'è un fenomeno che si sta affermando in modo sempre più significativo nel nostro Paese, quello delle donazioni online, al secondo posto tra le

modalità di donazione scelte dagli italiani. Il 18% dichiara di aver utilizzato una piattaforma di crowdfunding e il 40% ha utilizzato lo smartphone (con un incremento del 10% rispetto al 2016).

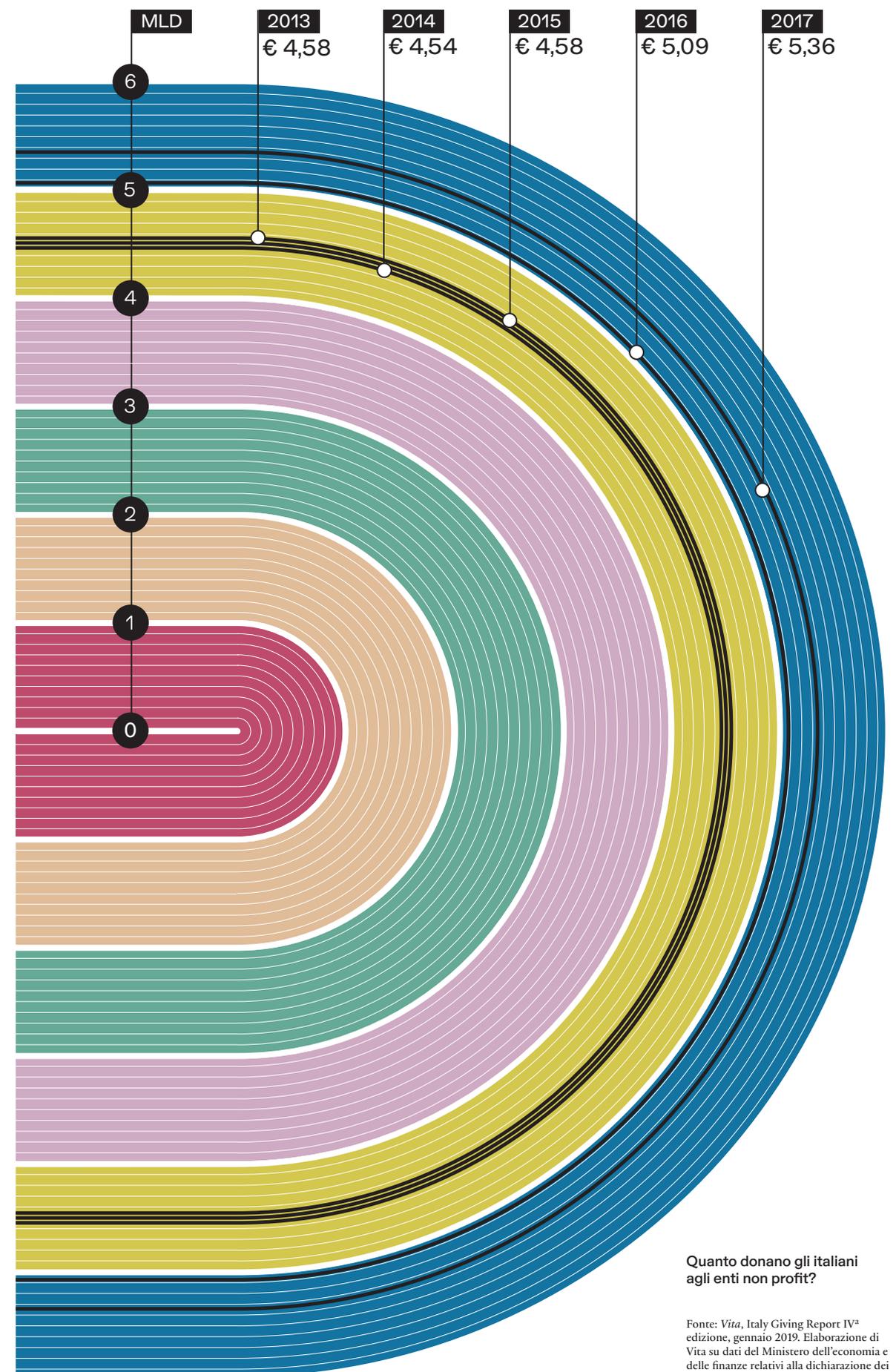
Tramite la dichiarazione dei redditi, gli italiani con l'8×1000 hanno destinato circa 1 miliardo e 200 milioni di euro ad attività promosse dallo Stato e da enti religiosi e, con il 5×1000, hanno destinato quasi 500 milioni di euro a comuni, istituzioni culturali, associazioni di volontariato e sportive o enti di ricerca. Prima in classifica per donazioni ricevute, secondo i dati dell'Agenzia delle entrate, è l'Airc, Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro, la seconda Emergency. Nello sport al primo posto l'Associazione Sportiva Falcone di Napoli, seguita dal Centro Schuster di Milano e dal Real Sito San Leucio di Caserta. Dati confermati anche dall'indagine Doxa che segnala la tendenza a donare principalmente ad istituzioni che si occupano di "Salute e ricerca" (57%), seguite da "Emergenza e protezione civile" (27%), "Sostegno e servizi per disabili" (25%), "Assistenza sociale" (24%) e "Tutela dell'ambiente e degli animali" (22%). Mentre tra i comuni beneficiari, pri-

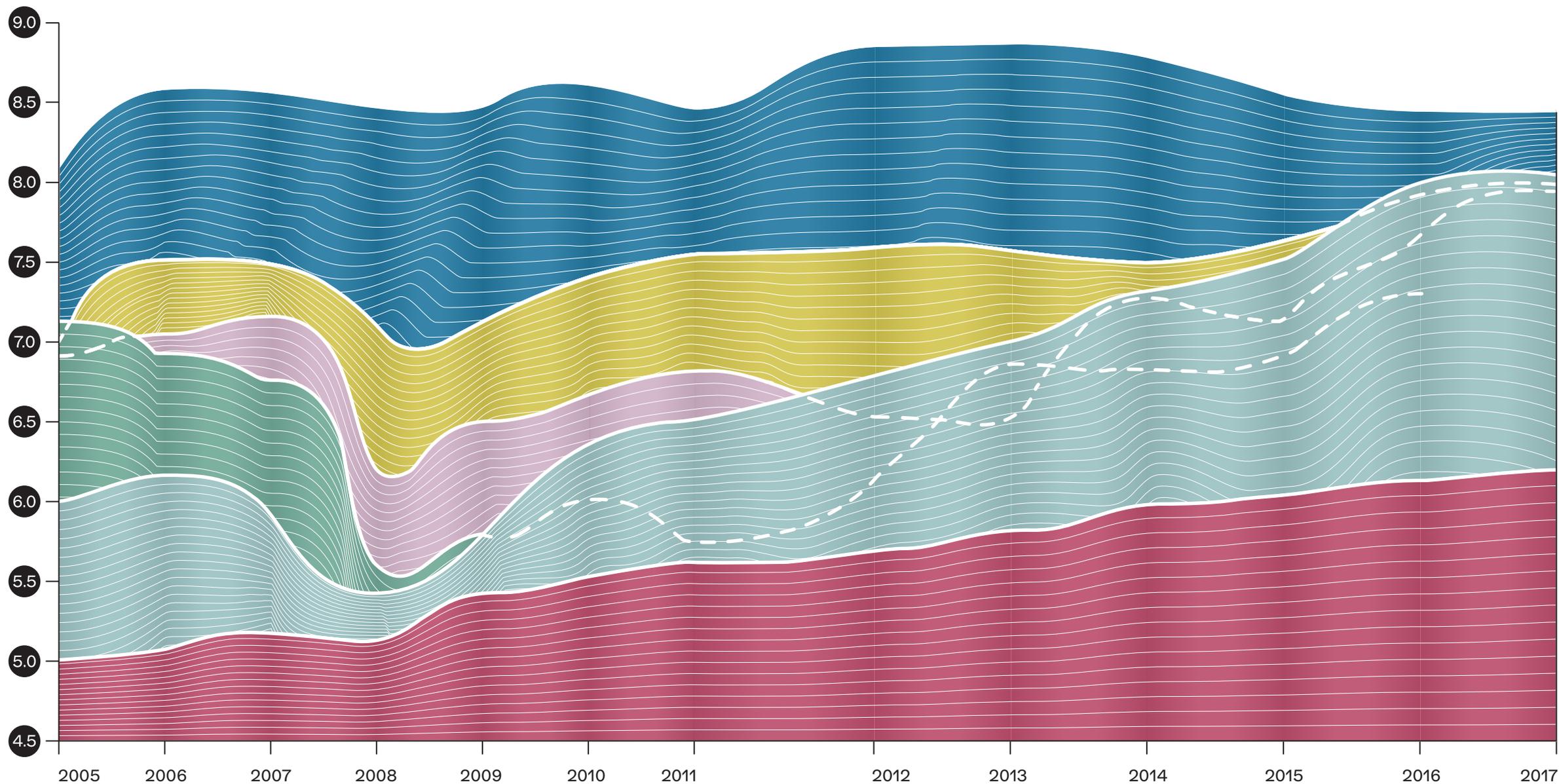
mo e secondo posto vanno rispettivamente a Roma e Milano, che hanno raccolto intorno ai 400mila euro. Alle donazioni formali, relative alla dichiarazione dei redditi, si aggiungono però circa 2,7 miliardi di euro di erogazioni informali (elemosine, donazioni in chiesa, raccolte per la scuola).

Si confermano intorno al miliardo le donazioni da fondazioni di origine bancaria, di poco superiori ai fondi elargiti da imprese, direttamente o tramite fondazioni (quasi 900 milioni). Il contributo delle imprese al mondo delle donazioni è ancora relativamente contenuto se teniamo conto dell'incidenza delle società non finanziarie sulla ricchezza

del Paese. Immobili non residenziali, impianti e macchinari costituiscono oltre un terzo della ricchezza italiana, secondo il report "La ricchezza delle famiglie e delle società non finanziarie italiane" pubblicato da Istat e Banca d'Italia. Secondo lo studio: «Gli immobili non residenziali incidono per il 25% della loro ricchezza lorda mentre gli impianti e macchinari rappresentano l'11%. Il portafoglio finanziario è costituito prevalentemente da azioni e altre partecipazioni (14%) e dagli altri conti attivi (13%), che includono principalmente crediti commerciali».

Dallo studio emerge la fotografia di un'Italia dedita soprattutto al risparmio. Nel





Ricchezza netta delle famiglie italiane in rapporto al reddito lordo disponibile nel confronto internazionale

- Italia
- Canada
- Francia
- Regno Unito
- Stati Uniti
- Germania

Fonte: Rapporto Istat e Banca d'Italia 2019. Ocse per gli altri Paesi

2017 la ricchezza netta delle famiglie italiane è stata di 9.743 miliardi di euro, più di 8 volte il reddito disponibile. L'indagine incrocia i dati di attività e passività finanziarie della Banca d'Italia e delle attività non finanziarie diffuse dall'Istat. E conferma che sono le abitazioni la forma di investimento principale nel nostro Paese: con un valore di 5.246 miliardi di euro, il mattone rappresenta la metà della ricchezza lorda. In crescita la componente finanziaria, pari a 1.840 miliardi di euro. Diminuito invece il valore del patrimonio reale, rappresentato da immobili non residenziali, impianti e macchinari. «Nel 2017 per l'Italia il peso

delle attività reali sulle attività complessive (59%) è risultato simile a quello di Francia e Germania (attorno al 58%) e superiore a quello di Regno Unito (47%), Canada (44%), Giappone (37% nel 2016) e Stati Uniti (33% nel 2016), confermando la rilevanza degli investimenti non finanziari, e soprattutto immobiliari, nel nostro Paese», si legge nello studio. Nonostante le attività finanziarie e il finanziamento tramite titoli e prestiti incidano meno che in altre economie, la ricchezza netta delle famiglie è cresciuta, aumentando dell'1 per cento rispetto al 2016 proprio grazie alla parte finanziaria. E il rapporto con il reddito è più alto rispetto alle

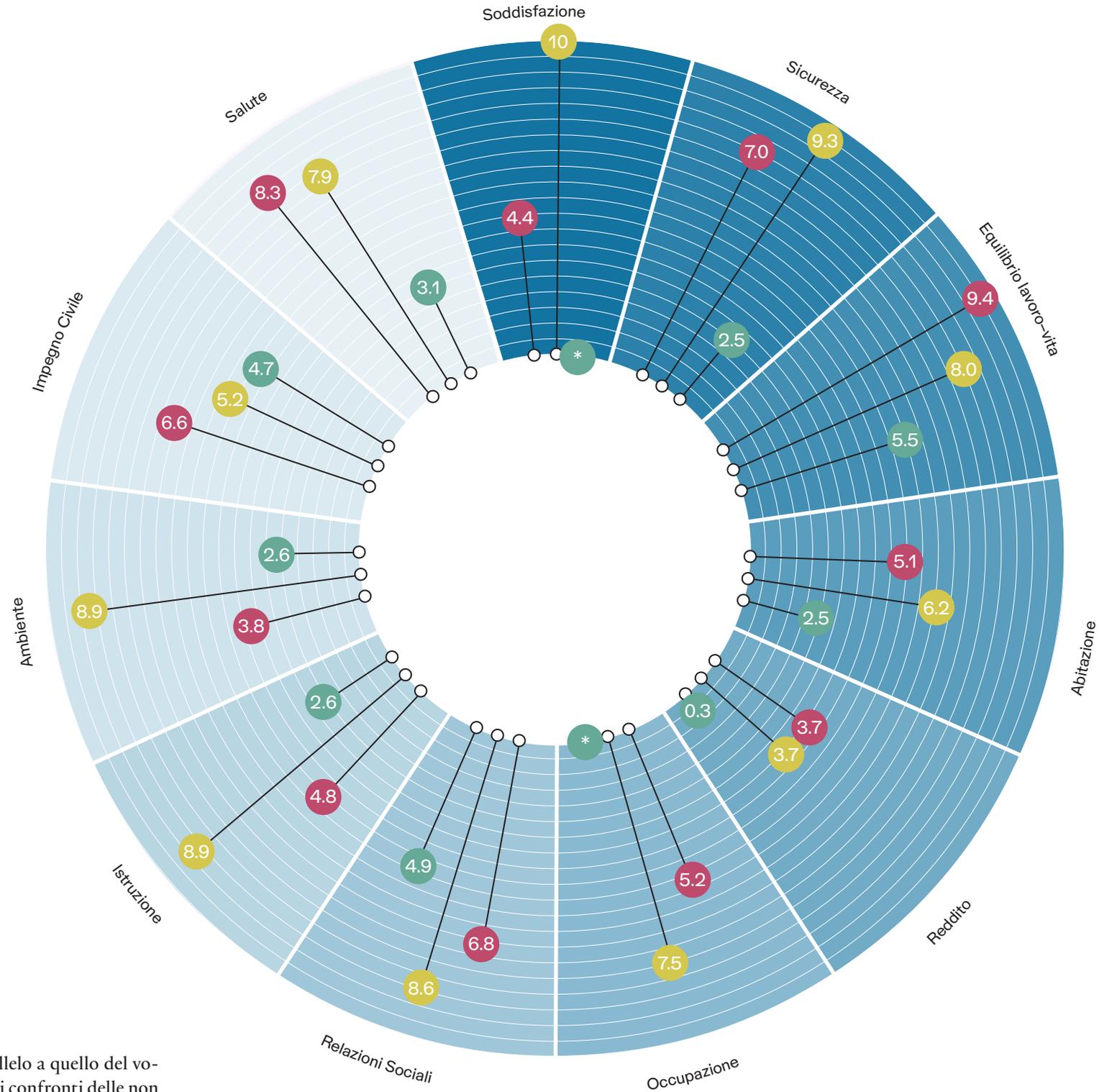
famiglie francesi, inglesi e canadesi, stando alle stime Ocse. Il discorso è diverso, però, se ad essere calcolata è la ricchezza pro capite delle famiglie, come rapporto tra la ricchezza netta e la popolazione di riferimento, si legge nello studio. «Se misurata in rapporto alla popolazione, in Italia la ricchezza netta familiare è risultata superiore agli altri Paesi nel 2008 e nel 2009; negli anni successivi essa si è mantenuta su valori stabili, mentre negli altri Paesi è aumentata.

Alla fine del 2017 il valore della ricchezza pro capite delle famiglie italiane si è collocato leggermente al di sopra di quello delle famiglie tedesche».

Terzo settore, welfare statale e filantropia individuale

Intervista a Antonio Preiti di Antonella Scarfò*

Gli italiani sono sempre più generosi nei confronti delle non profit. A rafforzare la rete di solidarietà sociale è un diffuso senso di comunità. Nonostante un alto tasso di benessere registrato permane però l'insoddisfazione generale per la qualità della vita



Il mondo delle donazioni corre ormai in parallelo a quello del volontariato. Gli italiani sono sempre più generosi nei confronti delle non profit. Secondo un'elaborazione di *Vita* sui dati del Ministero dell'economia e delle finanze, le donazioni individuali verso il Terzo settore sono cresciute di quasi un miliardo tra il 2013 e il 2017, arrivando a quota 5,3 miliardi di euro. Il "Rapporto annuale 2018. La situazione del Paese" pubblicato dall'Istat, rivela che nel 2016 il 13,2% della popolazione dai 14 anni in su ha svolto almeno un'attività gratuita in forma organizzata. Il Better Life Index dell'Ocse (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico), invece mette in evidenza un altro aspetto che rafforza la rete di solidarietà sociale in Italia: il senso di comunità. Secondo il rapporto, infatti, il 92% degli italiani

Cos'è il Better Life Index

Il Better Life Index è un indice ideato per consentire di visualizzare e confrontare alcuni fattori-chiave – istruzione, alloggio, ambiente, ecc. – che contribuiscono al benessere nei Paesi Ocse. È uno strumento interattivo che consente di rilevare la performance dei vari Paesi a seconda dell'importanza che si attribuisce agli 11 argomenti che contribuiscono a una vita migliore.

Fonte: Ocse 2017

- Italia
- Finlandia
- Sudafrica

La Finlandia e il Sudafrica sono rispettivamente i Paesi con il più alto e il più basso grado di soddisfazione.

* Scrive per *Rivista Studio*.

conosce qualcuno su cui poter contare nel momento del bisogno, una percentuale leggermente superiore alla media Ocse pari all'89%. Nella classifica della soddisfazione, però, l'Italia è tra i Paesi con un punteggio più basso, con un voto di soli 4,4 punti, al di sotto della media Ocse di 6,5. Un problema di percezione. Ma non solo. L'Italia è al di sotto della media anche su altri aspetti della vita analizzati dal report: abitazione, benessere soggettivo, qualità ambientale, occupazione e guadagni, sicurezza personale, istruzione e competenze. Sono le materie "civico-sociali" (relazioni sociali, impegno civile, salute e equilibrio lavoro-vita), invece, quelle in cui il nostro Paese consegue buoni risultati. Un'ulteriore prova della centralità di un settore "che non vuole più essere terzo". Antonio Preiti, direttore di Sociometrica risponde ad alcune domande su Terzo settore, welfare statale e filantropia.

Come si comportano gli italiani in tema di filantropia?

«L'Istat, nella sezione dedicata agli "Aspetti della vita quotidiana" ha registrato un trend in crescita per le attività di volontariato degli italiani. I dati confermano un dualismo profondo nella nostra società. Da una parte c'è un grande cinismo manifestato ed esteriore. Come sappiamo, oggi va di moda essere cinico. E chi non si mostra cinico si sente meno cool. Questo è il pensiero prevalente. Dall'altra, però, la realtà è diversa. Gli italiani si comportano meglio sui temi della gratuità, delle donazioni, del sostegno alle associazioni senza scopo di lucro, dimostrando che siamo un Paese abbastanza ricco da questo punto di vista. Un aspetto apparentemente contraddittorio».

Un esempio di questa contraddizione?

«Nelle indagini demoscopiche, percentuali molto alte, fino all'80 per cento degli intervistati, si dichiarano contrarie alla presenza di immigrati. Al momento di esprimere opinioni su un individuo in particolare di origine straniera, invece, il 70 per cento degli intervistati risponde con giudizi molto positivi. La differenza di percezione tra il detto di tutti e il vissuto personale è molto forte. C'è un tentativo di compensazione della cattiveria manifestata attraverso un aspetto di relazione più intimo con l'altro».

Incrociando i dati del Giving Report italiano e dei corrispettivi rapporti britannici e statunitensi, emerge che nel 2017 le donazioni da parte di individui a organizzazioni non profit nel Regno Unito sono oltre 11 miliardi, quasi il doppio di quelle italiane. Si parla di più di 360 miliardi, invece, per gli Stati Uniti. Come commenta questi dati?

«Alla base dei comportamenti ci sono anche delle convinzioni religiose. Il mondo anglosassone calvinista benedice il successo individuale, legato alla volontà divina. Noi abbiamo invece una radice cattolica, con al centro la comunità. Mentre in Italia, quindi, l'associazione costituisce un grande pregio, lì è l'individuo che emerge e si sente in dovere di restituire una parte di ciò che ha ottenuto alla società. Pensiamo all'esempio di Bill Gates che ha donato alla sua Fondazione Bill & Melinda Gates gran parte del suo patrimonio. Questo comportamento non è molto diffuso nella media degli imprenditori italiani, in cui forse

prevale anche una diversa cultura della famiglia, che porta a prendersi cura innanzitutto dei propri eredi».

L'Italia è un Paese di filantropi oppure a prevalere è l'aspetto dell'associazionismo?

«In Italia, la situazione è molto diversa da quella anglosassone, anche per una presenza minore dello Stato nel mondo sociale. Lì è una regola universale quella di restituire alla società. Ma è un imperativo sociale non una legge. Negli Stati Uniti ad esempio c'è l'abitudine di lasciare una parte di eredità alla propria chiesa. Questo è un tipico segnale di appartenenza a una comunità. In Italia c'è un po' di diffidenza. Più che i soldi si tende a dare il proprio aiuto, la propria prestazione professionale. E quando si dona, si preferisce rivolgersi alle associazioni più vicine e ritenute più affidabili nella modalità di gestione dei soldi».

Qual è l'equilibrio tra associazionismo e welfare in Italia?

«C'è un ciclo storico che oggi è giunto a un momento di cambiamento importante. Avevamo un welfare che era del tutto familiare, privato e sociale. Lo Stato ha poi assunto sempre più peso percentuale. Oggi però siamo giunti a una curva nuova, le esigenze sono aumentate. Stiamo arrivando a delle forme miste di ritorno al privato con il sostegno pubblico. Si sta andando nella direzione di una nuova organizzazione delle forme di assistenza privata, assumendo ad esempio all'interno dello stesso condominio una stessa badante o un docente per il dopo scuola. Sono forme di condivisione importanti per la creazione di un nuovo tessuto sociale. C'è ormai la consapevolezza che il privato debba svolgere attività con fine collettivo. Lo sviluppo successivo è che questi servizi possano integrare o sostituire parzialmente quelli pubblici».

Tra le misure fiscali a supporto di enti benefici o di promozione sociale, l'8x1000 mantiene in Italia un primato. Qual è il motivo secondo lei di questo successo rispetto al 5x1000?

«Credo sia una questione di autorevolezza. L'8x1000 è partito prima di altri ed è maggiormente riconosciuto. Si tratta ormai di uno standard. Sarebbe utile, invece, che il 5x1000 facesse maggiore pubblicità e lavorasse a una comunicazione più efficace e distintiva della propria identità».

All'interno del contesto della filantropia in Italia, le Fondazioni di origine bancaria hanno un ruolo importante. L'importo complessivo erogato al Terzo settore da questi enti ammonta nel 2017 a 984,6 milioni di euro. Come vengono erogati?

«Le fondazioni hanno per statuto un fine sociale. Alcune di queste aiutano in modo diretto le associazioni. Sta per uscire un report di Sociometrica "L'Impatto sociale della spesa della Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze" che spiega come buona parte dei soldi sia indirizzata ad attività sociali in senso proprio: dalla Caritas alle associazioni per disabili. Il ruolo è quello di finanziare i progetti. Buona parte è dedicata anche a educazione ed istruzione, quindi a progetti di sostegno integrativi alla scuola pubblica».

Filantropia e democrazia secondo Tocqueville

Intervista a Umberto Coldagelli

La filantropia può rappresentare qualcosa di estraneo al sistema democratico? Il filosofo francese Alexis Henri Charles de Clérel de Tocqueville, vissuto subito dopo la Rivoluzione francese, si scaglia contro la filantropia continentale, alto-borghese e benevolente

La democrazia, espressione più compiuta dell'associazionismo, ha bisogno di filantropi? Per rispondere a questa domanda bisogna tornare indietro nel tempo, alle radici della sociologia. E interpellare i grandi teorici del sistema democratico, come Alexis Henri Charles de Clérel de Tocqueville. «È in reazione a un'idea non approfondita dell'associazionismo che Tocqueville detestava quelli che chiamava filantropi» spiega Umberto Coldagelli, autore del saggio *Vita di Tocqueville (1805-1859). La democrazia tra storia e politica* (Donzelli Editore). «Per quel tanto che si è occupato di filantropia lo ha fatto con giudizi molto severi – chiarisce lo studioso –. Tocqueville non era un filantropo, anzi riteneva che la filantropia fosse una forma di “falso apprezzamento” della società contemporanea».

Figlio di una famiglia di antica nobiltà ormai quasi decaduta, Tocqueville è vissuto subito dopo la Rivoluzione francese. Il suo rapporto con la filantropia si inserisce, quindi, in questo tempo e in questa particolare congiuntura del pensiero filosofico, spiega Coldagelli: «Era nato nel pieno dell'impero napoleonico, in un'atmosfera in cui la rivoluzione costituiva l'aurora di un tempo nuovo, qualcosa che doveva sostituire la società aristocratica da cui veniva». Da qui

l'attrazione per il sistema democratico. «La democrazia era una forma di convivenza politica che si distingueva totalmente dall'aristocrazia, quindi dall'ambiente in cui si era formato». Un interesse che lo porta in viaggio in America dal 1831 al 1832. Il Ministero degli interni gli affidò l'incarico di studiare l'organizzazione penitenziaria nordamericana negli USA e in Canada. «Riesce a partire con un incarico ufficiale, ma con l'intenzione più intima di capire cos'è la democrazia». Dopo due anni di lavoro pubblicò l'opera *De la démocratie en Amérique*, che riscosse un grande successo e fu premiata dalla Académie française nel 1836.

La democrazia è associazionismo. La filantropia, invece, per Tocqueville poteva rappresentare qualcosa di estraneo al sistema democratico. «Per il filosofo, non era una manifestazione necessaria, ma un atteggiamento di persone agiate che a tempo perso si occupavano della povera gente, per salvarsi l'anima», spiega Coldagelli, che sottolinea invece il profondo legame tra associazionismo e governo democratico: «Un governo di popolo deve interessarsi dei legami sociali che formano il popolo, per dare loro la possibilità di governare sé stessi. Il governo non si basa su un diritto di nascita, ma individuale che va esteso a tutti gli individui, che da sudditi venivano riscattati diventando cittadini, cioè portatori di diritti politici». Il vero tema dell'opera di Tocqueville è il destino della società americana. L'America era per lui un laboratorio di sperimentazione e astrazione, una lente attraverso cui guardare la società francese e proiettarla in un nuovo futuro. «La scienza sociale, la storiografia, l'arte e soprattutto la letteratura di quegli anni, nel loro complesso, mostravano la società francese afflitta da enormi disuguaglianze», scrive nel suo saggio Coldagelli.

Il pensiero del filosofo francese compie così un salto storico, come ha sottolineato lo studioso Raymond Aron: «Tocqueville ha per così dire saltato sopra il secolo delle lotte di classe tra proletari e industriali, sopra la proletarizzazione di antiche classi medie, sopra l'impovertimento delle masse operaie perché già vedeva una società di piccoli borghesi, preoccupati dei loro piccoli affari e indifferenti verso i loro simili e i grandi affari». Quelli che Aron chiama piccoli borghesi, però, sottolinea nel suo libro Coldagelli, erano «esemplari d'una nuova specie umana».

Il filosofo francese teorizza l'avvento dell'*homo democraticus*, per il quale «l'eguaglianza non si identificava tanto in un livellamento di patrimoni e di redditi, quanto in un comune sentire, in una mentalità collettiva». Dice Tocqueville nel capitolo dedicato al nuovo rapporto tra servo e padrone nella società democratica: «Invano la ricchezza e la povertà, il comando e l'obbedienza mettono accidentalmente grandi distanze tra due uomini; l'opinione pubblica, che si fonda sull'andamento ordinario delle cose, li riporta al comune livello e crea tra loro una sorta di eguaglianza immaginaria a dispetto della disuguaglianza reale delle loro condizioni».

«In fondo era proprio questa *égalité imaginaire* – scrive Coldagelli – più reale delle reali disuguaglianze, che caratterizzava per Tocqueville la modernità rispetto all'antichità, cioè la maturazione di quella civiltà originata dalla discontinuità storica provocata dalle invasioni barbariche e dall'affermazione del cristianesimo. Ed era attraverso questo comune sentire che i rapporti umani avevano recuperato una loro primigenia naturalezza, quella che egli chiama la *douceur* dei costumi democratici, la reciproca pietà tra *semblables*, insomma la filantropia moderna». La filantropia contro cui si scaglia Tocqueville è quindi quella continentale, alto-borghese e benevolente.

Verso l'unione della filantropia europea

Gianluca Cedolin*

L'European Foundation Centre opera a sostegno di Paesi e organismi impegnati nel mondo della filantropia. Nato nel 1989 e con sede a Bruxelles, nel cuore decisionale dell'UE, porta avanti l'obiettivo di abbattere le barriere per una generosità senza confini

Liberté, égalité, philanthropie. Ha scelto questo slogan l'European Foundation Centre per l'ultima Conferenza annuale di Efc, che lo scorso maggio a Parigi ha visto protagonisti circa settecento rappresentanti della filantropia europea e mondiale. Il tema principale era il riconoscimento della filantropia nei trattati europei e l'abbattimento delle barriere alle iniziative transfrontaliere: se infatti da anni nell'Unione Europea esiste il libero mercato, lo stesso non si può dire per i capitali filantropici (nonostante nel Vecchio Continente il settore eroghi ogni anno 55-60 miliardi di euro in molti settori). Nato nel 1989, da trent'anni l'Efc si occupa di promuovere una fitta cooperazione tra i partner filantropici, offrendo un fondamentale supporto legale e organizzativo, e la loro collaborazione con le istituzioni europee. Oggi il network, di cui l'italiano Massimo Lapucci è segretario generale, riunisce sotto la sua egida trecento organizzazioni europee e americane, di cui trentasei italiane.

La filantropia istituzionale ha un ruolo sempre più di primo piano nelle contemporanee sfide mondiali, dall'accesso a una buona istruzione al miglioramento delle condizioni di salute per le fasce deboli, fino alla lotta ai cambiamenti climatici. Un lavoro che le fondazioni di oggi svolgono avvalendosi di competenze specifiche e dell'uso di strumenti all'avanguardia come i big data. Centrale per raggiungere gli obiettivi è il ruolo di Efc, con la sua opera di raccordo e il suo concreto aiuto nel facilitare la vita delle fondazioni.

* Scrive per *La Repubblica*.

A vent'anni dalla sua creazione, nel 2009, sei membri hanno iniziato a progettare un hub per la filantropia mondiale: nel 2013 ha aperto la Philanthropy house, nel centro di Bruxelles, il cuore della vita europea. Qui tutti gli operatori del settore si incontrano e possono confrontarsi sui temi della filantropia istituzionale, termine sotto il quale rientrano fondazioni e altri istituti governati indipendentemente e dotati di finanze proprie, da spendere per il bene pubblico (in Europa sono oltre 150mila). Alla Philanthropy House si tengono incontri, conferenze, vengono proiettati documentari e hanno sede molte organizzazioni filantropiche, che possono avere un confronto costante vivendo sotto lo stesso tetto e stanno sviluppando un concetto futuristico di convivenza e solidarietà.

Alla Conferenza annuale è stato presentato il “Manifesto della Filantropia (Per un’Europa migliore. Risorse private per il bene comune)” a cui hanno contribuito Efc, Dafne (Donors and Foundations Networks in Europe) e la Commissione Europea. Il documento contiene quattro raccomandazioni chiave:

- aumentare il riconoscimento del ruolo e della rilevanza della filantropia, coinvolgendola nell’attività legislativa dell’Unione Europea e dei singoli Stati membri
- supportare la cooperazione transfrontaliera tra le organizzazioni filantropiche

- semplificare la legislazione del settore al fine di potenziare l'impatto delle risorse stanziare e proteggere la filantropia
- prevedere nuove risorse e strumenti finanziari dedicati per sostenere il lavoro delle organizzazioni filantropiche nella società civile.

La nuova sfida delle fondazioni quindi, per migliorare il welfare e la vita di tutti i cittadini d'Europa e del mondo, deve passare da regole semplificate e da un miglior riconoscimento. Lo European Foundation Centre si fa promotore del bisogno di un ambiente favorevole per la filantropia, che potrebbe diventare un collante essenziale del nostro tempo, in cui l'europismo e i suoi valori sono messi a repentaglio da spinte sovraniste e nazionaliste. Le organizzazioni filantropiche sono importanti non solo per i fondi che erogano, ma anche per le esperienze e le competenze messe da loro a disposizione nei vari campi di intervento. I network Efc lottano da tempo per accelerare il processo di unificazione del mercato filantropico, molto spesso bloccato da barriere che ne impediscono un'azione più penetrante e decisiva.

Molto importante è stato, nell'ambito del programma di investimenti per l'Europa 2021/2027 InvestEu, l'inserimento di un fondo di garanzia da 38 miliardi di euro, che permette l'afflusso di capitali privati delle fondazioni in progetti condivisi. Sono quattro i settori su cui si concentra questa garanzia: infrastrutture sostenibili; ricerca, innovazione e digitalizzazione; piccole e medie imprese; investimenti sociali e competenze.

Tutti i membri dello European Foundation Centre firmano i Principi di buona pratica, valori fondamentali a cui ogni fondazione dovrebbe rifarsi. Sono quattro le aree interessate da questi principi:

- governance indipendente: chi prende le decisioni in una fondazione dev'essere libero, nominato secondo principi trasparenti e ispirato da standard etici alti
- management solido: la fondazione promuove un'amministrazione prudente ed efficace e strategie di investimento sostenibili
- trasparenza: obiettivi e risultati del lavoro vanno comunicati in maniera trasparente e comprensibile
- responsabilità: la fondazione lavora collettivamente, risponde delle proprie azioni con gli stakeholder e condivide la propria conoscenza ed esperienza.

Il lavoro di Efc comprende varie attività di formazione e scambio, concretizzate da programmi come Next Generation (attraverso cui nuovi professionisti in ambito filantropico possono, alla Conferenza annuale, interagire e imparare dai migliori al mondo nel settore) e Tie-polo (acronimo per Tailor-made International Exchange Programme Offering Learning Opportunities). Quest'ultimo è un programma di scambio grazie a cui lo staff di una fondazione lavora per qualche giorno in un'altra fondazione europea, per creare nuove relazioni e competenze. A questi progetti si affiancano i Thematic Networks, in cui gruppi di membri Efc si riuniscono in base a un interesse comune per sviluppare idee e concertare azioni di lavoro. I temi su cui si focalizzano i network sono molti, dai bambini alle disabilità, dall'ambiente all'agricoltura e alle città sostenibili, fino all'arte e alla *gender equality*.

Sono tutte iniziative queste che concorrono all'obiettivo principale per cui trent'anni fa sette fondazioni (Charities Aid Foundation, European Cultural Foundation, Fondation De France, Fundação Oriente, King Baudouin Foundation, Oranje Fonds e Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft) il 9 novembre 1989 hanno deciso di creare l'Efc: far crescere il settore filantropico, del quale Efc stesso ha dimostrato di essere l'infrastruttura fondamentale e insostituibile.

Manifesto Europeo della Filantropia

Le risorse private a favore del bene pubblico

European Foundation Centre

Il “Manifesto Europeo della Filantropia” rivolge ai responsabili politici europei un appello a lavorare per la costituzione di un mercato unico della filantropia che preveda un suo migliore riconoscimento nella legislazione – sia a livello europeo che nazionale e il sostegno alle attività filantropiche transfrontaliere in tutta l’Unione Europea. Intende inoltre ridurre le barriere attualmente esistenti in questo ambito per consentire di sfruttare per il bene pubblico l’impatto della spesa di risorse private sostenuta da donatori e fondazioni.

La filantropia istituzionale in Europa è una realtà che conta oggi oltre 147mila organizzazioni, le quali ogni anno donano un totale di quasi 60 miliardi di euro. Oltre a finanziamenti e investimenti, queste organizzazioni apportano, ciascuna nella propria area di attività, competenze importanti, conoscenze profonde ed eccellenti reti di collegamento tra i rispettivi portatori di interessi. Reti che, nelle condizioni di riferimento appropriate, ben si prestano ad essere ampiamente utilizzate.

La filantropia e le organizzazioni filantropiche rappresentano una parte critica nelle società democratiche e pluralistiche di oggi. Sempre più

cittadini ormai desiderano fare del bene: per dare una mano a risolvere i problemi sociali, per esprimere sé stessi e per stringere contatti e collaborazioni con altre persone con cui condividono gli stessi ideali. Ideali che spesso nascono dall'indignazione per l'ingiustizia, l'attenzione verso i più vulnerabili, l'entusiasmo di contribuire ad affermare nuove tendenze e nuove idee e in generale dal senso di responsabilità per la conservazione dei valori basilari della natura e della cultura. Motivate da questi ideali, molte persone e organizzazioni filantropiche sostengono sforzi di cui tutti beneficiamo, per esempio nell'istruzione, nella sanità, nella scienza, nello sviluppo internazionale, nell'ambiente, nella cultura e nella lotta contro la povertà. La filantropia offre pertanto un contributo unico alla società. Un contributo che deve essere apprezzato, stimolato e ricompensato con continuità e decisione. Il riconoscimento delle forze politiche e dei governi è cruciale in questo senso. Specie in tempi come quelli attuali, in cui il senso di cittadinanza, partecipazione e cura reciproca assumono un'importanza senza precedenti, anche per le gravi sfide a cui tali ideali sono sottoposti in alcune parti d'Europa. La filantropia, insieme alla società civile, svolge un ruolo di primo piano nella difesa e la promozione dei valori sanciti dall'articolo 2 del Trattato dell'Ue, come il rispetto per la dignità umana, i diritti umani e lo stato di diritto.

Perché la filantropia possa concretizzare pienamente il suo potenziale è necessario un ambiente politico e normativo favorevole. Preoccupa invece rilevare segnali che dimostrano come l'ambiente normativo e il clima politico più in generale siano sempre più sfavorevoli all'attività della società civile e delle realtà filantropiche. È necessario puntare maggiormente a garantire che gli sviluppi politici a livello nazionale ed europeo non vengano in conflitto con le leggi e i valori fondanti dell'Unione Europea. In generale, gli attori della filantropia paiono non godere ancora pienamente della libertà del mercato interno dell'Unione in materia di riconoscimento della personalità giuridica, trasferimento di sede, fusioni a livello transfrontaliero, libera circolazione dei fondi oltre frontiera per fini caritatevoli e altre questioni, come la discriminarietà della tassazione e la mancanza di politiche specifiche in materia di antiriciclaggio. Lo studio congiunto di Dafne-EfcAFNE-Efc del gennaio 2018 (Breen, Oonagh, Enlarging the Space for European Philanthropy) sull'ampliamento degli spazi per la filantropia ha individuato nuove opportunità per contribuire a modulare e proteggere lo spazio operativo del settore.



Quattro raccomandazioni chiave per l'introduzione di un mercato unico della filantropia

1. Riconoscere la filantropia e impegnarsi nel settore

- La filantropia e il suo ruolo di primo piano a sostegno della società civile, della coesione comunitaria e dei valori europei come quelli di democrazia e stato di diritto dovrebbero essere maggiormente riconosciuti nei trattati dell'Ue e dagli attori politici comunitari.
- Per consentire alla filantropia istituzionale di sprigionare pienamente il suo potenziale per la società democratica, le libertà sancite dai trattati e i diritti fondamentali dell'Ue devono essere applicati chiaramente ai donatori e alle fondazioni di ogni tipo, forma e dimensione.
- La classe politica dovrebbe occuparsi di proteggere il settore e promuovere il suo ruolo di primo piano, per esempio con l'introduzione di un anno europeo della filantropia.

2. Facilitare la filantropia a livello transfrontaliero

- Alla base del mercato unico della filantropia c'è la necessità di riconoscere il libero flusso di capitali all'interno dell'area europea e di assicurare un'applicazione più significativa del principio di non discriminazione, così da favorire l'eliminazione delle barriere amministrative e facilitare le attività transfrontaliere degli operatori.
- A livello politico, i rappresentanti dovrebbero eliminare le restrizioni alle sovvenzioni estere e garantire l'accesso ai servizi bancari e finanziari e a canali sicuri per i flussi filantropici internazionali, all'interno come all'esterno dell'Ue.
- Le leggi nazionali e la politica dell'Unione dovrebbero facilitare le attività filantropiche oltre frontiera, in linea con i diritti e i valori fondamentali dell'Ue e con le libertà sancite dai trattati.
- Il mercato unico della filantropia dovrebbe consentire il riconoscimento reciproco della personalità giuridica e le fusioni internazionali, oltre che facilitare i trasferimenti di sede delle organizzazioni del settore all'interno dell'Ue.
- A livello politico bisognerebbe considerare lo sviluppo di una forma giuridica sovranazionale per la filantropia organizzata.

3. Abilitare e proteggere le attività filantropiche

- L'attività filantropica in Europa potrebbe essere molto più incisiva se potesse usufruire di un ambiente operativo migliore e di un meccanismo di protezione più efficiente. Ciò significa anche che le leggi nazionali e le politiche dell'Unione dovrebbero facilitare le attività filantropiche, in linea con i diritti e i valori fondamentali dell'Ue e con le libertà dei trattati.

- A tale proposito, la Commissione Europea e la Fra (Agenzia dell'Unione Europea per i diritti fondamentali) dovrebbero vegliare continuamente al fine di assicurare che le leggi nazionali ed europee impattanti sul settore siano effettivamente compatibili con i diritti e i valori europei fondamentali.

- La Commissione dovrebbe altresì continuare a lanciare procedimenti di infrazione nei casi di violazione delle leggi europee in materia e dei diritti associati riconosciuti dai trattati.

- Per quanto riguarda le norme europee e nazionali in materia di evasione fiscale, riciclaggio del denaro e le norme antiterrorismo sui finanziamenti, queste devono essere proporzionate rispetto ai rischi che si prefiggono di sventare, senza limitare indebitamente le attività caritatevoli legittime.

- Il settore filantropico deve poter accedere con continuità ai servizi finanziari per svolgere il suo lavoro e condurre senza rischi le operazioni di trasferimento transfrontaliere.

- Un altro appello che rivolgiamo alla politica, è di lavorare per l'applicazione di un regime Iva più equo alle organizzazioni benefiche.

4. Operare con sovvenzioni congiunte e investimenti congiunti per il bene pubblico e la società civile

- Per sfruttare l'impatto delle risorse private a favore del bene pubblico l'Ue potrebbe introdurre strumenti finanziari capaci di agire come un catalizzatore per le iniziative di sovvenzionamento intraprese congiuntamente con gli attori filantropici e stimolare gli investimenti congiunti mettendo al riparo dai rischi gli investimenti della filantropia istituzionale associati alle missioni.

- A complemento e stimolo dell'impegno filantropico in quelle parti

di società civile europea in situazione di pressione, chiediamo inoltre che si provveda a creare un Fondo Europeo della Giustizia, dei Diritti e dei Valori.

- Nel prossimo quadro finanziario pluriennale, l'Ue dovrebbe accertarsi che le organizzazioni della società civile abbiano risorse disponibili per sviluppare piani di medio e lungo termine volti alla promozione dei diritti fondamentali, dello stato di diritto e della democrazia, al di là degli specifici progetti a tempo definito in ambito Ue; nonché di dare sostegno ai ruoli di vigilanza e rispondere alle minacce.

Il progetto a patrocinio congiunto di Dafne e Efc denominato "Philanthropy Advocacy" opera come una centrale di monitoraggio, analisi legale e impegno politico per il settore filantropico europeo. Il suo obiettivo principale è modellare l'ambiente legislativo nazionale, europeo e internazionale attraverso l'implementazione della roadmap europea per un mercato unico della filantropia.

Donatori e fondazioni Reti in Europa (Dafne)

Dafne è la maggiore rete europea di associazioni di fondazioni e donatori. Con 27 associazioni partecipanti e una platea di oltre 10mila fondazioni e soggetti patrocinatori, è una voce di spicco delle fondazioni europee. Le nostre attività ci vedono impegnati in iniziative di sostegno, sviluppo delle capacità, promozione e ricerca. Il nostro scopo è rafforzare il settore filantropico in Europa e migliorare il livello di professionalità ed efficacia delle associazioni nazionali.

Dafne è membro di Wings, uno dei partner associati della rete netFWD dell'Ocse e attiva sostenitrice di #NextPhilanthropy. Dafne al momento gestisce il progetto "Philanthropy Advocacy" congiuntamente con Efc.

European Foundation Centre (Efc)

Nella sua qualità di primaria piattaforma europea per la filantropia, Efc opera per il rafforzamento del settore e per affermare una visione della filantropia istituzionale come un formidabile mezzo per attuare il cambiamento. È nostra convinzione che la filantropia istituzionale possa svolgere un ruolo unico, vitale e tempestivo per rispondere alle importanti sfide con cui oggi si confrontano le nostre società. Lavorando a stretto contatto con i nostri aderenti, una rete dinamica di organizzazioni benefiche dalla visione strategica di oltre 30 Paesi, operiamo per:

- Favorire l'apprendimento tra pari, facendo emergere le competenze e l'esperienza all'interno del settore
- Migliorare la collaborazione, favorendo le connessioni tra le persone a fini di scambio e azione congiunta
- Promuovere lo sviluppo di un ambiente politico e normativo favorevole alla filantropia
- Costruire una solida base di evidenze attraverso attività di conoscenza e raccolta di informazioni
- Amplificare la visibilità del valore e dell'impatto della filantropia.

L'anno della maturità dell'enciclopedia libera

Matteo Muzio*

Nata il 15 gennaio di 18 anni fa, Wikipedia è patrimonio di tutti, perché tutti possono utilizzarla ma anche arricchirla. Con la stessa filosofia, libertaria e non profit, Wikimedia Foundation da anni opera in tutto il mondo per rendere cosa comune la conoscenza, punto fermo per la crescita di ogni popolo

Al centro della condivisione più autentica e di una filantropia il più possibile di tutti, non può che esserci la conoscenza. Il sapere e la cultura da sempre sono le armi principali per rendere possibile la crescita della società e dei suoi individui che grazie ad essi riescono dapprima a emanciparsi e poi a farsi comunità. La stessa filosofia di comunità che vive attorno al progetto di Wikipedia, “l'enciclopedia libera” nata nel 2001 che oggi conta circa 13 milioni di pagine consultate al giorno nella versione italiana. Anche per questo uno dei suoi spin-off è Wikimedia Foundation, una fondazione che ha come fine ultimo la diffusione della conoscenza. Libera, dove tutti possono collaborare, senza un vero capo. Ha radici nella filosofia libertaria della scrittrice Ayn Rand e del pensatore Friedrich Von Hayek adottata dal fondatore Jimmy Wales la mission della Wikimedia Foundation, fondazione non profit nata nel 2003 per gestire i contenuti di Wikipedia e degli altri progetti collegati. Il nome nacque per caso, da una newsletter scritta da Sheldon Rampton per conto della Wikipedia in inglese. Da lì si scelse il nome della struttura che prese il posto di Bomis, società fondata da Wales per promuovere contenuti per adulti, ritenuta inadatta per le

* Scrive per il *Corriere della Sera*

ambizioni del progetto. Ogni utente internet conosce Wikipedia, l'enciclopedia libera lanciata in rete il 15 gennaio 2001, la fonte primaria da cui si passa per fare una ricerca di qualsiasi tipo. Ma è solo una delle idee generate da questa piattaforma di sviluppo delle idee. Ne citiamo soltanto alcune: Wikisource, che raccoglie documenti storici in *open source*, Wikimedia Commons, che cataloga contenuti multimediali e l'ultimo progetto in ordine temporale, Wikidata, lanciata il 30 ottobre 2012, che mette in un unico portale i dati utilizzabili da tutti i progetti Wiki. Per capire al meglio la crescita della Fondazione, bisogna anche guardare il numero delle persone stipendiate che ci lavora: soltanto due nel 2005, attualmente sono circa 280. Ma nonostante questa crescita, la Wikimedia Foundation non si è trasformata in un'organizzazione verticistica. Certo, c'è un board di dieci persone e un consiglio di advisor internazionali. Ma resta lo spirito volontaristico delle origini. Innanzitutto nei contributi ricevuti, che sono soltanto donazioni libere, dirette al Fondo Wikimedia creato nel 2016 con lo scopo di raccogliere cento milioni di dollari nei prossimi dieci anni. Tra i donatori ci sono anche Amazon e Facebook con un milione di dollari ciascuno, mentre Google ne ha offerti due. Questi contributi servono a mantenere sia salari e servizi, sia l'acquisto di nuovi server. Uno soltanto fino al 2004, oggi i server della piattaforma sono 520 e sono custoditi nella struttura principale ad Ashburn, in Virginia. Ma dicevamo appunto che non ci sono leader indiscussi. Tant'è vero che la Fondazione si serve di cellule con cui operare nei vari Paesi, le cosiddette Wikimedia Association che compongono il Wikimedia Movement, associazioni che però devono essere approvate dal board quali compatibili con i valori e la mission della Fondazione, che ha lo scopo di diffondere la conoscenza. Prendiamo ad esempio la sezione italiana. Oltre a cooperare ai progetti sopracitati, cura un progetto tutto suo, OpenStreetMap, un progetto di mappe territoriali a cui possono partecipare gli utenti sul modello Wiki. Questa particolare struttura "cellulare" consente alla Fondazione di operare nei vari Paesi e in contesti molto diversi tra di loro, rispettando le varie normative nazionali sulla privacy e sul copyright. Per registrarsi come editor di Wikipedia ad esempio la procedura è davvero poco invasiva. Basta un nickname e la mail è facoltativa. Forse è anche per questo motivo che la Wikimedia Foundation ha lottato strenuamente contro l'approvazione della direttiva europea sul diritto d'autore, fortemente voluta dagli editori per ottenere il giusto compenso per il proprio lavoro intellettuale. L'attività di lobbying della Fondazione ha cercato in tutti i modi di rimandare alla prossima legislatura l'approvazione di una tale norma, ritenuta lesiva della libertà di accesso e di citazione delle fonti. Secondo una possibile interpretazione restrittiva della direttiva da parte degli editori, in futuro potrebbe venire chiesta una compensazione per la citazione di articoli. Se così fosse, non si potrà più, ad esempio, citare un titolo di un articolo di giornale senza compensarne l'editore. E questo renderebbe inadeguata la dotazione economica della Fondazione e rallenterebbe tutti i progetti cooperativi a essa legati. In altri contesti però, questi siti faticano a rimanere aperti. Molti Stati autoritari mettono la museruola della censura preventiva a questa importante fonte di sapere: la Cina, la Turchia e la Russia mettono limitazioni all'accesso che possono portare perfino alla chiusura. Forse è anche per questo che la Fondazione pone fortemente l'accento sulla cooperazione volontaria e gratuita degli utenti. Finché ne rimarrà uno, i vari rami di Wikimedia Foundation potranno rimanere attivi, anche se l'associazione principale dovesse chiudere i battenti, come fece Bomis quando passò le sue funzioni alla nuova fondazione.

Le parole di tutti

Intervista a Luca Martinelli

Lotta al gender gap, sostegno alle lingue parlate da piccole comunità, totale privacy degli utenti per una vera libertà di espressione. Dal primo fundraising, la Wikimedia Foundation ha raccolto 90 milioni di dollari, tutti con l'obiettivo di una conoscenza condivisa

Quando ci viene in mente qualcosa, la cerchiamo su Wikipedia. Il lavoro che c'è dietro è gestito a livello centrale dalla Wikimedia Foundation e in Italia la Wikimedia Association gestisce i progetti in lingua. Per capire meglio la divisione dei compiti ci viene in aiuto Luca Martinelli, giornalista e progettista culturale, amministratore di Wikipedia in italiano ed ex membro del direttivo di Wikimedia dal 2014 al 2017.

Martinelli, quali attività svolgete come Fondazione?

«Non mettiamo assolutamente le mani nei contenuti, che rimangono in quelle dei volontari che sono gelosi della loro autonomia. Noi curiamo la parte tecnica, tra cui la manutenzione e l'acquisto di nuovi server e lo sviluppo dei software. Ogni comunità linguistica può darsi regole proprie in totale autonomia rispettando i valori e le linee guida di Wikimedia Foundation. I collaboratori a titolo gratuito però vengono comunque sostenuti con la raccolta delle donazioni e la modalità più nota è quella del grande *banner* che chiede agli utenti di rinunciare a un caffè per sostenere chi fornisce loro l'accesso a gran parte dello

“Strategia 2030” è un piano a lungo termine. Vogliamo capire cosa può diventare Wikipedia dal punto di vista dell’offerta dei contenuti e della loro fruizione

scibile umano senza chiedere pagamenti di nessun genere. Di questi fondi oltre il 70% viene destinato allo sviluppo dei progetti collegati. In questa voce di spesa rientra l’assistenza legale a chi si trova nel mezzo di una controversia, un sistema di borse destinato a singole idee meritorie nei vari settori».

Nei prossimi anni quali obiettivi vi prefissate di raggiungere?

«Stiamo approntando la nostra “Strategia 2030”: un piano a lungo termine per sviluppare Wikipedia e i suoi progetti affiliati. Vogliamo capire cosa possiamo diventare dal punto di vista dell’offerta dei contenuti e della modalità di fruizione degli stessi. Destiniamo molte risorse anche alla lotta contro il gender gap, tanto negli autori degli articoli pubblicati nelle varie piattaforme quanto nelle varie forme della rappresentanza all’interno degli organismi associativi, e all’inclusione del Sud del Mondo all’interno del progetto in forme più solide rispetto a quanto è avvenuto finora. Poniamo la nostra attenzione soprattutto all’India, all’America Latina e all’Africa. Vogliamo dare sostegno anche a quelle lingue parlate da poche persone, in contesti in cui sono schiacciate e oppresse. Ad esempio in Sudafrica ci sono 12 lingue ufficiali ma i progetti più attivi sono quello in inglese e quello in afrikaans, le due lingue parlate dalla minoranza bianca. Con una struttura più forte le altre comunità si sentirebbero maggiormente integrate e meno alienate».

Quali differenze trovate nell’operare in due contesti molto diversi quali quello americano e quello europeo?

«Diciamo che queste differenze non scuotono molto la nostra struttura, anzi. Chi opera in California, dove ha sede la Wikimedia Foundation, deve rispettare le leggi americane e californiane, mentre chi scrive qui deve seguire le normative italiane ed europee. Questo in teoria può creare confusione ma al momento non abbiamo avuto particolari problemi, grazie alla versatilità del sistema e alla cura da parte degli utenti. Nel caso di Wikimedia Commons noi seguiamo le leggi di tutti i Paesi del mondo proprio per evitare di incappare in sanzioni che ci rallenterebbero inutilmente».

Chi collabora con voi e scrive di argomenti controversi spesso può finire in tribunale. Voi, come dicevate prima, lo sostenete legalmente?

«Molti dei nostri collaboratori si trovano ad essere accusati di dif-

famazione, spesso ne escono bene ma questo ci fa capire quanto sia comunque rischioso svolgere un lavoro di questo tipo con poca cura. Spesso le denunce vengono archiviate, dimostrando la pretestuosità di certi attacchi strumentali».

Con quali altre realtà del vostro settore collaborate?

«C'è una solida cooperazione con la Creative Commons Foundation che ci fornisce la licenza con cui distribuiamo i nostri contenuti, e con la Internet Archive Foundation, che serve appunto a fornire testi scansionati che abbiano perduto il copyright e possano pertanto venire acquisiti. Queste sono solo le due principali partnership attive, oltre ad altre minori tra cui la nostra fatta tra Wikimedia Association e Discoteca di Stato per recuperare migliaia di canzoni italiane classiche degli anni '50 finite in pubblico dominio».

Che bilanci possiamo fare dopo più di 15 anni di attività?

«Lo scorso anno abbiamo raccolto sei milioni di dollari in otto mesi ed è stato uno sforzo coordinato notevole e dal primo fundraising abbiamo raccolto 90 milioni di dollari. Siamo diventati il quinto sito per numero di visite al mondo. Direi che possiamo essere soddisfatti».

Voi tenete molto alla privacy dei vostri utenti, chiedendo solo una password e un username. Per quale motivo?

«In molti Paesi del mondo scrivere per noi è complicato, pensiamo alla voce sul massacro di Piazza Tienanmen nella versione cinese. Riusciamo però anche a fornire aiuto a chi ne ha bisogno. Molti omosessuali perseguitati nei Paesi d'origine hanno trovato lavoro nel nostro ambito in Europa. Questo ci ha portato ad avere forti contrasti con i governi nazionali che ci hanno bloccato. Noi raramente oscuriamo voci o contenuti, ma Cina e Turchia hanno meno riguardo per questo e hanno bloccato le nostre pagine numerose volte. In quest'ultimo Paese poi l'accesso è impossibile da due anni perché le nostre linee guida di libertà critica si scontrano con il codice penale turco. Eppure noi non abbiamo mai impedito loro di avere voce in capitolo sulle controversie che li riguardavano. Pensiamo che il confronto sia preferibile alla censura, premura che non ci è stata però restituita e rimane quindi una nostra sconfitta quella di essere bloccati in Paesi così importanti».



Il Fondo Filantropico Italiano

Uno strumento per rendere la filantropia sempre più solida e strategica. Per questo a maggio 2019 è nato il Fondo Filantropico Italiano, una “via italiana” alle donazioni che è un investimento sul futuro

Rendere la filantropia ogni giorno più inclusiva, ma soprattutto più sistemica, in grado di farsi carico di una funzione civica, con sempre più persone protagoniste attive di una rete di solidarietà fluida ed efficace.

Per questo a maggio 2019 è nato il Fondo Filantropico Italiano. Su iniziativa della Fondazione Italia Sociale, il Fondo è una vera e propria nuova “via italiana alla filantropia”, in cui la dimensione economica e quella sociale si incontrano in forme nuove, adatte al nostro Paese. L'aspirazione è quella di soddisfare bisogni sociali vecchi e nuovi, attraverso un modo strategico e innovativo di fare filantropia, con il coinvolgimento di tutti: persone, aziende, reti sociali. Tutti equamente protagonisti di un nuovo network dove alla base c'è un impegno concreto per il bene comune. Tanti e diversi attori, in un percorso che

guarda lontano nel tempo, verso uno sviluppo economico e sociale inclusivo, e la crescita dell'occupazione, non solo giovanile.

L'Italia è un paese solidale, ma con una propensione al bene comune che tende ad emergere nell'emergenza. Servono invece strumenti che rendano costante l'attenzione al bene comune ed è in questa direzione che si dirige il Fondo Filantropico Italiano. Unirsi al Fondo viene dunque ad essere un investimento sul futuro. Un futuro che parte dalla raccolta di risorse da investire in iniziative a sostegno di progetti sociali unici nell'intero panorama nazionale, perché rispondono a bisogni sociali diffusi in tutto il Paese e sono auto-sostenibili nel lungo periodo.

Cos'è il Fondo Filantropico Italiano

Il Fondo Filantropico Italiano è un'entità autonoma, costituita da Fondazione Italia Sociale in forma di fondazione di partecipazione, dedicata al fundraising e alla gestione di progetti operativi. Partecipare al Fondo Filantropico Italiano vuol dire aderire a un programma di responsabilità collettiva che passa per la creazione di nuovi legami tra chi può dare e chi ha bisogno di ricevere.

Le risorse raccolte dal Fondo Filantropico Italiano sono interamente utilizzate per dare sostegno a progetti con caratteristiche che lo rendono unico nel panorama nazionale, perché:

- Rispondono ai bisogni sociali diffusi.
- Operano in una prospettiva di lungo periodo.
- Sono di scala nazionale o comunque replicabili in tutto il Paese.
- Creano occupazione qualificata, specie per i giovani.
- Sono in grado nel medio-lungo termine di auto-sostenersi.

Come si finanzia il Fondo Filantropico Italiano

Il Fondo Filantropico Italiano si finanzia attraverso strumenti e campagne nazionali di raccolta fondi. I sostenitori del Fondo si impegnano a raccogliere donazioni tramite le proprie reti di clienti, fornitori e dipendenti. Queste donazioni sono destinate al sostegno di progetti sociali nazionali.

I principali canali per la raccolta di risorse sono:

Il Corporate crowdfunding. Un'iniziativa che coinvolge le imprese come intermediari nella raccolta di donazioni, attraverso reti di clienti, fornitori, dipendenti, con un meccanismo semplice ed immediato, che non si sostituisce alle singole iniziative di filantropia aziendale.

La Lotteria Filantropica Italia. Uno strumento innovativo per “far vincere il bene comune”, istituito con la legge 136/18 del 17 dicembre 2018 e rivolto a tutto il Terzo settore. L'intero importo ricavato, incluso il premio, è destinato a progetti di interesse sociale.

Il Centro Servizi per la Filantropia. Mette a disposizione dei donatori un portafoglio di servizi e competenze per la gestione strategica e al contempo benefica delle loro risorse.

2. Collegio dei Partecipanti

I Partecipanti di Fondazione Italia Sociale

Già 17 aziende hanno deciso di aderire all'Assemblea. E questo perché la filantropia aziendale non solo può essere un modo per restituire, *give back*, come dicono gli inglesi, ma anche perché può essere davvero un nuovo modo di aprire inediti orizzonti di business.

Abbiamo chiesto ai nuovi membri della neonata Assemblea cosa li ha spinti ad aderire. E, visto l'interesse nei confronti del Terzo settore, quali sono i punti su cui concentrarsi con maggiore urgenza. Queste le due domande:

1. La Fondazione Italia Sociale è operativa da marzo 2018 ed è nata con lo scopo di rafforzare la responsabilità civica e renderla concreta incoraggiando la filantropia di cittadini e imprese. Quali sono le motivazioni che hanno spinto la vostra azienda ad aderire?
2. Le risorse raccolte servono a favorire lo sviluppo del Terzo settore, a generare utilità sociale che contribuisce non solo allo sviluppo delle persone, ma anche alla crescita delle imprese. Secondo lei cosa è più urgente per raggiungere questi obiettivi?

Aon Italia

Aon è il primo gruppo in Italia e nel mondo nella consulenza dei rischi e delle risorse umane, nell'intermediazione assicurativa e riassicurativa.

1. Da anni Aon fa della Csr uno dei driver principali della sua strategia nei confronti degli stakeholder e della comunità all'interno della quale si trova ad operare.
Abbiamo una lunga tradizione di iniziative e partnership legate al *Social Commitment* e privilegiamo una visione valoriale focalizzata sulla partecipazione, con orizzonti e tempi ampi di coinvolgimento e valutazione. Per questo siamo orgogliosi di aderire a Fondazione Italia Sociale: questa partnership rappresenta un'opportunità ulteriore per continuare a promuovere la creazione di valore condiviso, con l'obiettivo di tutelare le generazioni attuali e future, favorendo una crescita sostenibile.
2. Riteniamo che la crescita delle imprese sia inscindibilmente legata allo sviluppo del territorio e alla valorizzazione del capitale umano: la presenza globale in 120 Paesi e la forte specializzazione dei nostri servizi ci pongono come partner ideale per lo sviluppo internazionale delle imprese locali. Riteniamo inoltre essenziale essere attivi promotori di una cultura del welfare attenta al singolo individuo. Questo parte dall'attenzione che riserviamo al benessere psico-fisico dei nostri dipendenti, primi fruitori dei nostri servizi welfare e *ambassador* a loro volta di una necessaria ridefinizione delle priorità del fare impresa.

Artefice Group

Artefice Group è un'agenzia di brand e packaging design, specializzata in strategia e comunicazione del brand, corporate identity, digital e positioning.

1. Crediamo profondamente che ogni impresa abbia la responsabilità di promuovere cultura e senso civico; nel nostro caso, lavorando nel mondo della comunicazione da diversi anni, questo aspetto ha una rilevanza ancora maggiore, costituendo di fatto un punto di incontro fra i mondi del business e del privato.
2. La costruzione di un discorso pubblico, aperto e condiviso su queste tematiche è un requisito fondamentale per creare una cultura ricettiva e disponibile.
Ci piace pensare ad un percorso condiviso, dove una nuova cultura fondata sulla collaborazione fra imprese e persone, sia capace di innovare un sistema paese che sta attraversando un momento di forte tensione sociale. L'obiettivo diventa l'assunzione di responsabilità, per liberare il campo ed iniziare a costruire una nuova cultura sociale.

Banca Mediolanum

È la banca capogruppo del Gruppo Mediolanum e controlla le società-prodotto nei settori del business bancario, assicurativo e del risparmio gestito.

1. Banca Mediolanum si è sempre distinta per la scelta di mettere il rapporto umano al centro del proprio modello. Una banca di persone per le persone che anno dopo anno, nel corso della sua storia, ha mantenuto e mantiene fede all'impegno di creare valore a lungo termine, consapevole del proprio ruolo di impresa responsabile. L'adesione a Fondazione Italia Sociale è coincidente con questa visione.
2. Il capitale umano, in quanto è il principale asset di qualsivoglia impresa. Puntare alla valorizzazione del patrimonio delle competenze, delle abilità, delle conoscenze che ogni individuo porta con sé nella relazione sociale e aziendale, corrisponde a creare valore immediatamente capitalizzabile. Tornare a mettere l'uomo al centro significa investire anche nella sostenibilità di ogni progetto.

BCG - The Boston Consulting Group

Il Boston Consulting Group collabora con i settori privato, pubblico e non profit per generare opportunità da cui ottenere vantaggio competitivo.

1. Abbiamo deciso di aderire a Fondazione Italia Sociale perché riteniamo che il Terzo settore sia fondamentale per liberare risorse, soprattutto perché può agire come leva strategica per il Paese. Inoltre le finalità della Fondazione sono coerenti con i nostri principi. Le aziende, infatti, hanno una responsabilità che va oltre il pur nobile “fare del bene”. Possono ragionare in modo sistemico su grandi temi inducendo così un incremento del tasso di attenzione. Pensiamo sia possibile innescare un “circolo virtuoso” che chiami tutti ad agire su argomenti di cui siamo tutti responsabili.
2. C'è bisogno di una visione che sia a lungo termine. Bisogna, come già dicevamo, uscire dal limite della singola azione “una tantum” e ragionare con una visione di sistema. Abbiamo la grande opportunità di poter fare rete, mettere a disposizione il nostro potenziale e collaborare per l'individuazione e la realizzazione di progetti e iniziative che possano davvero indurre un cambio di passo in Italia e non solo. L'impatto reale delle iniziative sociali è parametrato alla scala di chi le mette in campo e una rete di aziende ha un potenziale assai più intenso di una singola entità.

Class Editori

Class è una casa editrice leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle, nella moda e nel food.

1. Come casa editrice ci siamo sempre battuti per rafforzare la responsabilità civica nei diversi settori di cui ci occupiamo con i nostri giornali, la tv e gli altri media che formano Class Editori.

L'adesione a Fondazione Italia Sociale è venuta come un'estensione naturale della nostra attività e dell'approccio che da oltre 30 anni abbiamo rispetto al lavoro di giornalisti, che rappresenta una delle forme sociali più alte di difesa e costruzione del senso civico delle nazioni.

2. Investire in programmi di *education* e *coaching* che consentono di mirare a entrambi i risultati con la medesima azione. È investendo sulla formazione delle persone e sul loro benessere personale che se ne favorisce la resa anche in ambito lavorativo.

Le imprese sono formate dalle persone che ci lavorano e che vivono l'azienda ogni giorno, costituendone la materia viva: investendo sul loro sviluppo si favorisce la crescita delle imprese dove operano.

Fondazione Adriano Olivetti

Opera dal 1962 per promuovere, sviluppare e coordinare le iniziative culturali dirette a realizzare il benessere, l'istruzione e l'educazione dei cittadini.

1. Le ragioni che ci hanno spinto ad aderire a Fondazione Italia Sociale si trovano nel nostro Statuto che dal 1962 indirizza l'operato della Fondazione Adriano Olivetti alla promozione “di iniziative e attività culturali dirette a realizzare il benessere, l'istruzione e l'educazione dei cittadini”. Come per altre iniziative sostenute nel corso della nostra storia, la doppia missione, filantropica e culturale, di Fondazione Italia Sociale è in continuità con la nostra identità e siamo felici di sostenere questo progetto strategico per l'Italia.

Oggi più che mai abbiamo bisogno di guardare al bene comune e di riscoprire i fondamenti della cultura civica del nostro Paese.

2. I recenti dati Istat (Rapporto annuale 2019) ci confermano una significativa crescita del Terzo settore nel nostro Paese, un mercato competitivo e in costante ascesa nonostante la crisi economica dell'ultimo decennio. Le imprese più attente lo hanno capito e hanno avviato un dialogo con il Terzo settore ridefinendo i confini della propria responsabilità sociale d'impresa.

Se il Terzo settore cresce, cresce la possibilità del mondo profit di conoscere e comprendere le istanze e i bisogni delle comunità e dei territori di riferimento.

Occorre facilitare occasioni di confronto e dialogo tra questi due mondi e ci auguriamo che la Fondazione Italia Sociale possa contribuire in questa direzione.

Fondazione Etica

Si è costituita nel 2008 come strumento indipendente – politicamente e finanziariamente – per l'innovazione in ambito pubblico e sociale.

1. Per cambiare rotta seriamente e rendere le politiche sociali innovative, e quindi efficaci, il primo passo da fare è culturale. Si sta facendo strada, infatti, un modo nuovo di intendere e finanziare le politiche sociali. Se si riesce a far passare questo concetto oggi, sarà automatico domani considerare il denaro pubblico destinato al sociale non speso per pochi, ma investito per tutti.

Fondazione Italia Sociale rappresenta il soggetto potenzialmente più autorevole a innescare l'innovazione e gli investimenti a impatto sociale in Italia.

2. Il cambiamento più urgente è quello culturale, poi c'è il reperimento delle risorse finanziarie per le politiche sociali. La grande liquidità privata presente anche in Italia è alla ricerca di investimenti sociali. Per attirare questa liquidità occorre che le amministrazioni locali imparino a progettare interventi sociali sostenibili. Si tratta di progetti, se non difficili, certamente complessi. Vale la pena, però, imparare e provare, se non si vuole restare chiusi entro i confini sempre più ristretti delle elargizioni a fondo perduto, che sono importanti, ma che portano poco lontano.

Fondazione Noi Legacoop Toscana

Promuove i valori della cooperazione, con particolare attenzione al territorio e alle comunità, per uno sviluppo economico e sociale sostenibile.

1. L'attenzione allo sviluppo del Terzo settore come viatico allo sviluppo economico e occupazionale delle comunità, su cui si fonda la missione della Fondazione Italia Sociale, ben rappresenta lo spirito con cui abbiamo dato vita alla Fondazione Noi: il sistema di welfare può essere consolidato e sviluppato anche dall'apporto di risorse non pubbliche, salvo mantenere il principio di accesso universalistico ai servizi e di contribuzione privata in base alle proprie risorse economiche.
2. Le risorse raccolte dovranno garantire lo sviluppo del sistema dei servizi. Non può esserci un vero sistema di welfare basato sulla qualità e sulla trasparenza se si cede alla logica della contribuzione assistenziale alle singole persone o famiglie. Il sistema di raccolta delle risorse (fondazioni, sanità integrativa contrattuale, *impact investing*, ecc.) può contribuire allo sviluppo del "welfare generativo" nei territori e le nostre cooperative, con l'obbligo di reinvestimento della redditività secondo i principi mutualistici, possono essere, insieme a tale sistema integrato, uno dei fulcri dello sviluppo.

Gatti Pavesi Bianchi

Studio legale associato

Gatti Pavesi Bianchi è uno studio legale indipendente specializzato in diritto societario, commerciale e dei mercati finanziari.

1. Il nostro Studio partecipa al progetto di Fondazione Italia Sociale offrendosi come strumento operativo a supporto delle sue attività e per lo sviluppo della filantropia e del Terzo settore nel nostro Paese. Per la creazione di percorsi innovativi di sviluppo sociale, infatti, nella cassetta degli attrezzi di tutti gli attori coinvolti (aziende, *decision* e *policy makers*, cittadini, organizzazioni di Terzo settore) non possono mancare gli strumenti di lettura, interpretazione e - perché no - anche indirizzo dei *framework* legali, che sono il tema al quale riteniamo di poter contribuire.
2. È importante lavorare all'interno di reti multi-settore, in cui ciascuno è promotore di strategie innovative di progresso inclusivo, per contribuire alla creazione di un ecosistema che possa agevolare il consolidamento e la buona regolamentazione dell'economia sociale. Un ecosistema di attori e strumenti integrati, catalizzatori di un modello economico virtuoso e sostenibile, in cui anche le imprese possono svolgere un ruolo chiave.

ICCREA Banca

ICCREA Banca è al vertice del Gruppo bancario ICCREA che riunisce 142 Banche di credito cooperativo a cui offre servizi finanziari e tecnologici.

1. Noi condividiamo certamente il percorso di nascita della Fondazione. E lo sosteniamo perché anche il Gruppo, per analogia, non è solo un progetto “industriale” ma vuole fare, dell’attenzione alle dinamiche anche sociali, uno dei suoi caratteri distintivi per rilanciare la propria identità cooperativa e attenta al territorio.
2. Lo sviluppo e la crescita del Terzo settore necessitano sicuramente di politiche attive, sia sul fronte interno, ossia sostenute e promosse dalle aziende con iniziative di volontariato, promozione sociale e mutuo soccorso, sia su quello esterno, tramite una continuità operativa finalizzata alla realizzazione di un *framework* normativo ad hoc, in grado di unificare tutto il corpus di leggi esistenti e garantire al contempo una semplificazione normativa.

Intek Group

Intek Group S.p.A. è una holding di partecipazioni diversificate fortemente orientata verso settori produttivi, finanziari e di servizi con alta valenza di sostenibilità.

1. Bisogna andare oltre la logica di una filantropia fatta di atti individuali totalmente indipendenti l'uno dall'altro. Crediamo sia importante creare le condizioni per lo sviluppo di un "sistema". In questo senso, aderiamo alla Fondazione perché può essere un catalizzatore di questa logica, in cui il settore sociale trae vantaggio e opportunità di sviluppo dai metodi, dagli investimenti e dalle competenze che danno forza alle imprese.
2. Ciò che ci sembra più urgente è fare informazione per un cambiamento di mentalità, spiegare che la linea di demarcazione tra fare impresa e creare un impatto sociale positivo è oggi più che mai oltrepassata. Il settore privato ha le risorse e le capacità di lavorare per e con le persone. Siamo convinti che ciò possa anche avvenire senza alcun pregiudizio dei livelli di profitto ma contribuendo, anzi, ad accrescerli.

Italiana Petroli

IP è il più grande gruppo industriale italiano interamente privato operante nel settore dei carburanti e della mobilità.

1. La dimensione raggiunta, grazie all'acquisizione nel 2018 di TotalErg, ha disegnato per il Gruppo un nuovo ruolo nel Paese e aderire a Fondazione Italia Sociale significa assolvere con responsabilità a un ruolo strategico nell'ambito della crescita e dello sviluppo sostenibile.

Una crescita sostenibile è possibile e le imprese come la nostra devono collaborare con il Terzo settore per accelerare questo cambiamento positivo.

2. Le parole chiave sono due: prossimità e ambizione. Dobbiamo pensare in grande rimanendo vicino alla gente. Si tratta di un approccio naturale per noi, da sempre vicini alle comunità locali grazie alla nostra rete di distributori. Il passo in più da fare con il Terzo settore è quello dell'ambizione. Per IP la partecipazione a Fondazione Italia Sociale è un passaggio chiave per dare questa nuova dimensione al rapporto con le comunità e per condividere un disegno di "responsabilità Paese".

KME Italy

KME AG è una società tedesca controllata da Intek Group che opera, con tre divisioni, nei settori della produzione di rame, ottone e prodotti speciali.

1. KME ha seguito con attenzione e condivisione tutto il percorso legislativo e organizzativo della Fondazione. La responsabilità sociale d'impresa è profondamente inserita nel sistema di valori aziendali.
Quest'ultima, evolvendosi e adeguandosi ai cambiamenti culturali delle epoche percorse, è parte integrante della tradizione di un'industria con oltre un secolo di storia che si è intrecciata con quella del Paese e dei territori in cui opera.
2. Una delle priorità dovrebbe essere l'ottimizzazione e organizzazione delle risorse provenienti dal settore privato.
In questo modo si potrebbero promuovere interventi di sostegno e sviluppo di imprese sociali a forte impatto occupazionale e innovativo, in corretta attuazione del dettato costituzionale e con un ruolo sussidiario rispetto a quello dello Stato.

Lottomatica Holding

Lottomatica offre l'ideazione e lo sviluppo di contenuti creativi e di servizi per gestire e far crescere in modo efficace il mercato del gioco.

1. L'adesione alla Fondazione Italia Sociale è la naturale conseguenza dei valori ai quali ci ispiriamo come Società, dove la promozione di un comportamento etico, del gioco responsabile e del servizio alla comunità, rappresentano elementi fondamentali del nostro agire.
2. Da parte nostra sosteniamo da sempre progetti nell'interesse della collettività promuovendo l'innovazione, il sostegno ai giovani e la cultura. Negli ultimi anni abbiamo scelto di concentrare le risorse su iniziative dirette alle fasce più deboli della popolazione privilegiando interventi in collaborazione con le associazioni del Terzo settore. Crediamo che la creazione di una rete tra le aziende virtuose, come sta facendo Fondazione Italia Sociale, sia il primo passo per il raggiungimento di questi obiettivi di utilità sociale e come stimolo per imprese ma, soprattutto, come contributo allo sviluppo della collettività.

Luiss - Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli

È un'università autonoma, avviata tra il 1974 e il 1978. Offre un modello formativo avanzato, orientato a trasmettere non soltanto conoscenze ma ad allenare alla flessibilità i giovani.

1. Università e imprese, realtà sempre più interconnesse, necessitano di serbatoi di idee, di luoghi in cui confrontarsi, come è la Fondazione Italia Sociale alla quale la Luiss ha aderito. Produrre un impatto concreto sulla società e formare “generalisti specializzati” che, sperimentando un apprendimento largo, pieno di opportunità ed esperienze e fonte di crescita, siano preparati al confronto con il mondo del lavoro, è l’obiettivo della Libera Università Internazionale degli Studi Sociali.
2. Luiss opera in sinergia con il Terzo settore grazie a circa 35 partnership che regolano i percorsi di VolontariaMENTE, un “laboratorio” di consapevolezza individuale e generosità collettiva, in cui gli studenti vivono esperienze sul campo, aiutando chi è in difficoltà, dai detenuti nelle carceri, agli anziani e disabili nell’orto dell’Università, fino all’impegno del Laboratorio per la Governance dei beni comuni, LabGov, con cui i nostri giovani generano utilità sociale e creano valore aggiunto.

Pirelli & C.

È una società per azioni multinazionale con sede in Italia che opera nel settore automobilistico come produttore di pneumatici per auto, moto e biciclette.

1. Pirelli, nel corso della sua storia, ha sempre avuto una forte attenzione per i temi sociali e per le relazioni positive tra impresa e comunità di riferimento. Al di là della filantropia che ha caratterizzato molte pagine della cultura d'impresa nel Novecento, oggi, in tempi di radicali cambiamenti economici, alle imprese tocca la responsabilità di rinnovare il proprio impegno per un più giusto equilibrio economico e per una credibile sostenibilità ambientale e sociale dello sviluppo.
2. Investimenti sulle questioni dell'ambiente (considerato anche come fattore essenziale di produttività e crescita delle imprese), della valorizzazione delle persone, dell'inclusione sociale, della formazione per affrontare le nuove sfide del lavoro, in tempi di profonde trasformazioni determinate dai processi digitali e dalle nuove frontiere dell'intelligenza artificiale. L'economia circolare e civile, di cui le imprese sono attori essenziali, in una stretta collaborazione tra mondo pubblico, strutture private e Terzo settore, è il nostro orizzonte di riferimento, coniugando competitività e solidarietà.

Smemoranda Group

Smemoranda Group fornisce prodotti, servizi e contenuti editoriali, anche umoristici, rivolgendosi a *teenager, young adult e forever young*.

1. Abbiamo aderito per le stesse motivazioni che l'hanno guidata fino ad ora. Smemoranda nasce con una forte spinta etica. Da sempre vuole essere sinonimo di diritti civili, di rispetto per l'ambiente, di apertura verso le minoranze e di stimolo culturale.

Nei suoi 40 anni di storia ha fatto scelte coerenti e chiare, tra le quali il supporto a Emergency e la creazione di una omonima fondazione che promuove azioni volte al sostegno umanitario, al benessere della comunità, alla salvaguardia del territorio e all'approfondimento culturale.
2. È fondamentale sensibilizzare le imprese a uscire dal mero concetto di produttività interna a favore di un interesse più ampio, sia sotto forma di welfare aziendale che di azioni per il benessere collettivo.

La capacità di cogliere anche "ciò che è fuori" induce al movimento, a quel cambiamento che porta a innovare e rinnovare. Solo attraverso l'attenta analisi del tessuto sociale si può prevedere il futuro e l'orientamento del mercato.



3. Column

Chi vince piglia tutto

La farsa del cambiamento del mondo diretto dalle *élite*

Anand Giridharadas*

Un punto di vista insolito e bastian contrario nei confronti della generosità di chi ha tanto. Al di là di un sicuro interesse per la società in cui questi ultimi vivono, a guidarli è soprattutto la voglia di dirigere e pilotare le soluzioni, per ipotecare il futuro dei propri business. Alla faccia del bene comune

«Ovunque attorno a noi, i vincenti di quello che è indubbiamente uno status quo altamente disparitario si dichiarano partigiani del cambiamento. Conoscono il problema e vogliono essere partecipi della soluzione. A dirla tutta, vogliono essere loro a dirigere la ricerca delle soluzioni, convinti come sono che le soluzioni da essi proposte meritino di dettare l'agenda del cambiamento sociale. Talvolta partecipano ai movimenti avviati da persone comuni per cercare di risolvere determinati aspetti delle società in cui vivono, o comunque li sostengono. Più spesso, tuttavia, queste *élite* lanciano le proprie iniziative che affrontano il cambiamento come se non fosse altro che un pacchetto azionario o un'altra grande impresa di loro proprietà da ristrutturare. Posti sotto la loro guida, è naturale che questi tentativi di cambiamento sociale rispecchino le loro visioni.

Queste iniziative non hanno per lo più carattere democratico, né rispecchiano un approccio collettivo alla risoluzione dei problemi o soluzioni universali. Esse favoriscono piuttosto l'impiego del settore privato e delle sue spoglie caritatevoli, secondo la classica visione mercatista delle cose, e l'aggiramento delle prerogative di autogoverno. E da esse emana una visione altamente influente secondo la quale le parti vincenti in uno status quo di ingiustizia, unitamente agli strumenti, le mentalità e i valori che ne hanno consentito la vittoria, sarebbero la

*Autore del libro
*The Élite Charade of
Changing the World*,
Vintage Books, 2019

carta vincente per appianare le ingiustizie.

In questo modo coloro che maggiormente rischiano di attirarsi il risentimento in un'epoca di disuguaglianze emergono ridefiniti in quanto nostri salvatori dalle ingiustizie dell'epoca. Gli specialisti finanziari orientati al sociale di Goldman Sachs si applicano a cambiare il mondo con iniziative di vantaggio reciproco quali le "obbligazioni verdi" e gli "investimenti a impatto". Compagnie del tecnologico come Uber ed Airbnb si proiettano come spazi di emancipazione dei poveri in quanto consentono loro di fare da autisti alla gente o di affittare le proprie camere. Consulenti di management e menti di Wall Street lavorano per convincere il settore sociale che dovrebbero essere loro a dirigere la sua ricerca di una maggiore uguaglianza attraverso l'assunzione di cariche consiliari e posizioni di leadership.

Conferenze e festival delle idee sponsorizzati da plutocrati e grandi gruppi economici organizzano tavole rotonde sull'ingiustizia e promuovono i "thought leader" disposti a limitare il proprio pensiero al miglioramento delle condizioni di vita entro i confini di un sistema difettoso, piuttosto che affrontarne i difetti. Compagnie redditizie costruite con modalità discutibili che utilizzano metodi irresponsabili lanciano iniziative aziendali di responsabilità sociale, e qualche ricco personaggio fa colpo con gesti di "restituzione", a prescindere dal fat-

to che la costruzione delle proprie fortune possa aver causato gravi problemi sociali.

I forum di networking delle *élite* come l'Aspen Institute e la Clinton Global Initiative istruiscono i ricchi a porsi come leader autodichiarati del cambiamento sociale e a prendere in carico problemi che proprio persone come loro hanno strumentalmente contribuito a creare o incoraggiare. È così nata una nuova generazione di imprese orientate ai problemi delle comunità, le cosiddette B Corporation, specchio della credenza che una visione più illuminata dei propri interessi privati, invece - per dire - della regolamentazione pubblica, sia la più sicura garanzia del benessere comune. Un paio di miliardari della Silicon Valley finanziano un'iniziativa per la ridefinizione del partito Democratico, e uno di essi arriva a dichiarare, senza alcun accenno di ironia, che i suoi obiettivi sono quelli di amplificare la voce degli impotenti e di ridurre l'influenza politica delle persone ricche come lui. Le *élite* sotto le quali nascono sforzi come questi parlano spesso la lingua del "cambiare il mondo" e "rendere il mondo un posto migliore" più tipicamente associata alle barricate, che non ai resort invernali. Resta comunque innegabilmente un fatto che nell'epoca in cui queste *élite* fanno così tanto per aiutare, esse continuano anche ad accaparrarsi la quota schiacciante del progresso, che la vita degli americani medi ha registrato scarsi miglioramenti e che praticamente tutte le istituzioni della nazione, ad eccezione di quelle militari, hanno perso la fiducia del pubblico.

Iniziativa dopo iniziativa di presunto cambiamento del mondo, siamo forse pronti a consegnare all'élite il nostro futuro? Siamo pronti a dichiarare il fallimento della democrazia partecipativa e a riconoscere queste altre forme private di implementazione del cambiamento come la nuova strada per il futuro? Lo stato di fatiscenza dell'autogoverno americano è una scusa per aggirarlo e lasciarlo ulteriormente atrofizzare? Oppure la democrazia significativa, in cui tutti abbiamo potenzialmente una voce, è una cosa per cui vale la pena di combattere?

Non c'è dubbio che quella odierna sia una delle *élite* più socialmente impegnate della storia. Ma, stando alla fredda logica dei numeri, è anche una delle più predatorie della storia. Rifiutando di mettere a rischio il proprio stile di vita, respingendo l'idea che i potenti possano doversi sacrificare per il bene comune, essa resta aggrappata a una serie di assetti sociali che le consentono di monopolizzare il progresso per poi donarne le simboliche briciole ai derelitti: che spesso non avrebbero bisogno di accontentarsi delle briciole, se la società funzionasse giustamente. Questo libro è un tentativo di comprendere la connessione tra la preoccupazione sociale delle *élite* e la predazione, tra l'aiuto straordinario e l'accumulazione straordinaria, tra lo sfruttamento, quando non il favoreggiamento, di uno status quo ingiusto e i tentativi degli sfruttatori di ripararne una piccola parte. È anche un tentativo di offrire una comprensione di quella che è la visione del mondo dell'*élite*, così che tutti possiamo valutare meglio i meriti e i limiti delle sue campagne per il cambiamento del mondo.

Esistono molte chiavi per interpretare tutta questa preoccupazione e predazione da parte dell'*élite*. Una è che le *élite* fanno il meglio che possono. Il mondo è quello che è; il sistema è quello che è; le forze dell'epoca sono superiori a qualsiasi capacità di resistenza; i più fortunati danno un aiuto. Chi la pensa così arriverà forse a concedere che questo aiuto rappresenta solo una goccia nel mare; ma è comunque qualcosa. Nella visione un po' più critica delle cose, il cambiamento diretto dall'*élite* è certo benintenzionato, ma inadeguato».

Abbattiamo i muri della generosità

Ferruccio de Bortoli*

Tantissime realtà non profit che operano in comunità piccole spesso faticano a vedere nello Stato qualcosa di utile. Ma, esattamente come nel profit, mettere in rete il bene significa aumentarne la forza, per una crescita senza limiti

Nel lungo tour di presentazione del mio libro *Ci salveremo* (Garzanti) ho toccato diverse parti d'Italia. In tutti gli incontri si è parlato di volontariato e dell'importanza del capitale sociale italiano.

Non c'è comunità che non sia orgogliosa delle proprie associazioni. Numerose anche in piccole località, le più sperdute. Ma non vi è, salvo rarissimi casi, la consapevolezza di quanto sarebbe alto il moltiplicatore del bene se si facessero più sinergie e se ci si muovesse con programmi ambiziosi a livello nazionale. Forse perché il mettersi insieme, a qualsiasi latitudine, esprime una sensibilità civica, il segno di un'appartenenza, che non raramente è alternativa al servizio pubblico, all'opera dello Stato. E, pur nella ricchezza d'animo di chi la promuove, racchiude in sé una forma di sfiducia nell'intervento

* Presidente dell'Associazione Vidas. È stato direttore del *Corriere della Sera*, e del *Sole 24 Ore*.

centrale e regionale, specie in materia sanitaria, in particolare al Sud, che tracima in secolare acrimonia con radici persino preunitarie. Quasi fosse lo Stato un nemico, un invasore. È sicuramente burocratico, a volte inefficiente. Ma è pur sempre il nostro Stato per il quale paghiamo imposte e tasse che finanziano sanità, sicurezza, scuole, trasporti, ecc.

Il volontariato può essere, e deve essere, una forza sociale ed economica che integra - nell'applicazione del principio di sussidiarietà - l'attività dell'amministrazione pubblica. Esalta l'autonomia. Non solo, oggi fa qualcosa di più. È avanti nella frontiera dell'innovazione. Anticipa le tendenze dell'economia, specie quella digitale che si basa appunto sulla condivisione di beni e servizi. E, dunque, sfrutta una socialità che le diverse attività di volontariato ovviamente promuovono e fertilizzano ogni giorno. Ma sarebbe assai negativo per il Paese nel suo complesso se il Terzo settore coltivasse, pur nell'apprezzabile intento di assistere chi ha bisogno, di integrare o sostituire il servizio pubblico, un sentimento antistatale. Una sfiducia di fondo nella possibilità che lo spirito locale o delle organizzazioni di volontariato diffuse a livello nazionale potesse allargarsi a un grande progetto collettivo. Se così fosse verrebbe meno alle sue finalità ma soprattutto getterebbe al vento una parte del proprio dividendo di solidarietà. Questo è il punto.

Il bene che si produce a livello locale o settoriale ha una potenzialità nazionale che non si può ignorare. Non è qualcosa che si esaurisce nei confini prescelti. Genera curiosità, ammirazione, processi di imitazione molto oltre il perimetro di un'attività. Entra a far parte del dibattito nazionale, crea una virtuosa competizione solidale.

Rinchiudersi nella propria piccola o grande realtà soddisfa l'autostima dei fondatori e degli amministratori, rafforza persino l'immagine dell'istituzione ("Siamo bravi nonostante tutto", "Riusciamo a farlo solo qui") ma spreca una grande occasione. Nella realtà profit, i progetti migliori sono quelli cosiddetti scalabili, ovvero che possono crescere senza limiti. E realizzare dunque economie di scala, che riducendo i costi allargano, l'offerta e la sua qualità. Perché questo non deve accadere anche nel non profit? La finalità di Fondazione Italia Sociale, la cui costituzione è stata prevista dalla legge sul Terzo settore, va in questa direzione.

Pensate soltanto a quanta importanza avrebbe per la crescita, non solo economica ma soprattutto morale del Paese, se si varasse un grande programma di recupero dei ragazzi che non lavorano e non studiano oppure se si lanciasse un ambizioso progetto di pulizia straordinaria e messa in sicurezza del territorio. Ma per farlo occorre una nuova sensibilità che si traduce in un semplice slogan: "Hanno bisogno di noi, del nostro impegno, della nostra opera sociale anche là dove non ci siamo ma dovremmo esserci". Non solo. Si esplica anche in un diverso impegno sulla trasparenza e sulla rendicontazione delle attività. Le sinergie sono necessarie per rendere possibile "la scalabilità" dei progetti ma ancora di più lo è la trasparenza delle gestioni. Un donatore ha più diritti (moralì) di un azionista di un'azienda profit. L'azionista mette in conto che il suo investimento abbia qualche probabilità di andare male. Il donatore no. Vuole la sicurezza che il suo gesto produrrà il maggior bene possibile.

Nessuno spreco è perdonabile. Nel Terzo settore lo è ancora di meno. Perché lo spreco è il bene negato a chi ne ha bisogno. E spesso non può aspettare.

Buonismo

Federico Baccomò*

Dietro l'accusa di essere radical chic o buonisti si nasconde una difficoltà a discutere del merito delle questioni. Per questo serve non solo salvare questa parola, ma tutte quelle necessarie per fare tornare il dialogo centrale, soprattutto in quello che è il dibattito pubblico

Radical chic! Pseudo-intellettuale! Comunista col Rolex, col cachemire, con la barca, con l'attico! Ma soprattutto: buonista! Da tempo il vocabolario dell'invettiva politica di una certa parte della società – quella che si proclama stufa, indignata – si è ridotto a un pugno di vocaboli ripetuti all'ossessione. È sufficiente azzardare un pensiero pietoso sui migranti, uno critico sulle prevaricazioni della polizia, uno dubbioso sul giustizialismo, e scatta l'accusa – che include già la condanna – di buonismo.

Ma cos'è questo famigerato buonismo? Semplificando, e limitandoci al significato radicato nel dibattito politico, è una posa di bontà: è l'ipocrisia la prerogativa del buonista, al quale si rimprovera di assumere posizioni giuste, corrette, per l'appunto buone, solo per comodità, per opportunismo, per sfoggio di virtù, ben sapendo che, come ogni ipocrita, all'atto pratico sarà il primo a venire meno ai suoi principi. Del resto, chi taccia il proprio interlocutore di buonismo è spesso colui che dallo stesso esige una serie di dimostrazioni di integrità che sgombrino il campo da ogni sospetto di ipocrisia. Perché gli immigrati non te li prendi in casa tu? Dov'eri quando i terremotati avevano bisogno di aiuto? E perché, invece che in Sardegna, non te vai a fare volontariato in una zona di guerra? Dimostra subito la tua onestà, o taci per sempre!

È evidente l'aspetto ricattatorio. Nella presunzione della sua colpevolezza, l'imputato buonista, se vuole sostenere la sua idea, deve prima offrire le prova della sua buona fede. Probatio palesemente diabolica. Ma perché si preferisce sostituire il processo alle intenzioni a un più proficuo confronto sulle idee? Perché, invece di lanciarsi in un dialogo, si sceglie di soffocare il contraddittorio sul nascere andando a sindacare il retropensiero, il secondo fine, dell'avversario? In altre parole, perché, invece di combattere un'idea, si sceglie di infangare le intenzioni dietro a quella idea? Semplice: è più facile.

Ci vogliono argomenti convincenti, grandi abilità dialettiche e una notevole dose di cinismo per sostenere certe posizioni oggi tanto in voga ("Affondiamo le navi!", "Lasciamoli annegare!", "In galera senza

* È autore di diversi romanzi, tra cui *Studio illegale* e *La gente che sta bene*, da cui sono stati tratti gli omonimi film. Ha lavorato, tra gli altri, con Claudio Bisio, Checco Zalone e Adriano Celentano.



processo!”): è più facile zittire le critiche insinuandone l’ipocrisia. Associando l’impostura a ogni moto di pietà, di empatia, di benevolenza, di tolleranza, ci si risparmia la fatica di difendere posizioni e ideologie che, proprio con la pietà, l’empatia, la benevolenza e la tolleranza, si pongono in contrasto: se i buoni sono falsi buoni, e dunque cattivi, ecco che i cattivi, grazie a un perverso capovolgimento retorico, diventano improvvisamente falsi cattivi, e dunque buoni. Come si vede, la sostanza resta fuori da ogni dibattito: quale sia la migliore politica in materia di migranti, di giustizia, di diritti sociali, conta poco. Ciò che conta è insinuare un sospetto di malafede in capo alla parte avversa, ed ecco che tutto quello che uscirà dalla sua bocca, per quanto giusto, suonerà sempre e invariabilmente sbagliato.

È uno stratagemma che conviene al politico di turno che, con un semplice dito puntato: buonista!, risolve l’onere di un’argomentazione seria. Ma conviene anche al cittadino? Meno, molto meno. Cedendo acriticamente al sospetto, non fa che chiudere le porte al dialogo, strumento irrinunciabile di approfondimento, di comprensione, di superamento del pregiudizio ideologico.

Per questo occorre salvare il buonismo, non solo cercando di preservarne il significato – quello di una critica sottile, ben mirata, che stigmatizza l’esibizionismo della virtù, o la sua faciloneria – ma soprattutto evitando di farlo diventare l’ennesimo *argumentum ad hominem* a cui piegare il fanatismo della pigrizia mentale. Non si tratta solo di tutelare il linguaggio, in ballo c’è la salute del pensiero. Per cui, si vuole lasciare i migranti alla deriva? Si vuole spazzare via i campi rom? Si vuole concedere la libertà di sparare nella schiena di un ladro in fuga? Perfetto, ci si rivesta di ragioni, ci si armi di argomenti e si scenda nell’arena del dibattito a sostenere le proprie idee. Il resto – alibi, scorciatoie e mezzucci vari per schivare il confronto – è solo slealtà, spregiudicatezza, e sarebbe meglio farne a meno per non destare il sospetto, questo sì legittimo, che dietro alle accuse di falsa bontà in fondo non ci sia altro che vera, verissima, cattiveria.

Civic è una pubblicazione di
Fondazione Italia Sociale

Foro Buonaparte 44 – 20121 Milano
fondazioneitaliasociale.org

Comitato di Gestione di
Fondazione Italia Sociale

VINCENZO MANES **Presidente**
CRISTINA DE LUCA **Vicepresidente**
ANTONIO CALABRÒ
GIOVANNI LO STORTO
GIANLUCA RANDAZZO
GABRIELE SEPIO
ANDREA SIRONI

Segretario generale
GIANLUCA SALVATORI

Direttore responsabile
CHRISTIAN ROCCA

Redazione
Federico Baccomo, Gianluca Cedolin, Ferruccio de Bortoli,
Alfonso Fasano, Matteo Muzio, Antonella Scarfò

Hanno collaborato
Simonetta Schillaci, Giuseppe Ambrosio,
Giuseppina D'Alessandro, Francesco Scarpat

Un progetto a cura di
MoSt
more-studio.it
most@studioeditoriale.co

Coordinamento editoriale
Serena Scarpello, Teresa Bellemo
Art direction
Tommaso Garner, Silvia Carollo
Grafica
Maria Chiara Moro
Illustrazioni
Lorenzo Matteucci

Testata in fase di
registrazione presso
il Tribunale di Milano

Il saggio *Manifesto europeo della filantropia* è tradotto da *European Philanthropy Manifesto*,
prodotto dal progetto Philanthropy Advocacy monitorato da Dafne ed Efc.

La rubrica *Tra Virgolette* è liberamente tratta e tradotta da *Winners take all: The Elite Charade of Changing the World* di Anand Giridharadas, Vintage Books, 2019.

