

Seminario AIDAF
Corporate & Family Governance
18 marzo 2019

La filantropia nelle imprese familiari



Filantropia strategica

dal 2012 ragioniamo col cuore

Tiziano Tazzi
Presidente
Fondazione Lang Italia



2 Ottobre 2012

Filantropia Strategica. Ragioniamo col cuore.

Circolo della Stampa - Corso Venezia 48 Milano - Sala Bracco

dalle 11:00 alle 12:30
Segue buffet

Filantropia

- Amore verso l'essere umano; **interesse attivo per il bene degli uomini** (DIR)
- **Sforzo operoso di un individuo** a promuovere la felicità e il benessere degli altri (Treccani)



Beneficenza

- **Aiuto che si dà agli indigenti**: non risolve le ingiustizie anche se si propone di **alleviare le sofferenze** (DIR)
- Prestazione gratuita di **assistenza a persone bisognose** (Treccani)



Carità

- **Affetto, amore, benevolenza** nei confronti di ciò che ci è caro: **elemosina** (DIR)
- Amore che unisce gli uomini a Dio e attraverso di Lui tra di loro. Amore attivo del prossimo attraverso **opere di misericordia** (Treccani)



Filantropia

- Amore verso l'essere umano; **interesse attivo per il bene degli uomini** (DIR)
- **Sforzo operoso di un individuo** a promuovere la felicità e il benessere degli altri (Treccani)



*contribuzione di risorse (fondi, tempo, ecc.)
a supporto di cause sociali o ambientali*



Mitigare effetti

Eliminare le cause

								Population 2013 (millions)	GDP 2013 (EUR billions)
		Households	Bequests	Corporations	Foundations	Lotteries	*Total		
	Austria	€ 360	***€ 50	**€ 468	**€ 61	€ 11	€ 950	8,4	€ 322,9
	Belgium	***€ 402	*€ 140	***€ 378	n/a	n/e	€ 920	11,1	€ 392,7
	Croatia	n/a	n/a	n/a	n/a	n/e	n/a	4,2	€ 43,5
	Czech Republic	**€ 407	n/a	**€ 157	*€ 34	n/e	€ 598	10,5	€ 156,9
	Denmark	**€ 795	*€ 67	n/a	*€ 1.200	*€ 10	€ 2.072	5,6	€ 255,2
	Finland	*€ 152	n/a	n/a	***€ 306	n/e	€ 458	5,4	€ 203,3
	France	€ 3.400	***€ 600	€ 2.800	€ 1.640	n/e	€ 8.440	65,9	€ 2.116,6
	Germany	€ 6.300	n/a	***€ 11.222	€ 6.000	*€ 280	€ 23.802	80,6	€ 2.820,8
	Hungary	*€ 91	n/a	*€ 179	€ 179	n/e	€ 449	9,8	€ 101,3
	Ireland	**€ 378	***€ 26	n/a	n/a	n/e	€ 404	4,6	€ 179,4
	Italy	**€ 7.200	n/a	***€ 1.000	*€ 884	n/e	€ 9.084	60,2	€ 1.604,5
	Lithuania	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	3,0	€ 35,0
	Netherlands	€ 1.944	**€ 265	€ 1.363	*€ 290	€ 494	€ 4.356	16,8	€ 650,9
	Norway	**€ 503	*€ 36	n/a	**€ 373	n/a	€ 912	5,1	€ 393,4
	Portugal	n/a	n/a	***€ 113	*€ 149	n/e	€ 262	10,5	€ 170,3
	Slovakia	€ 96	n/a	*€ 63	*€ 21	n/e	€ 180	5,4	€ 73,8
	Spain¹	***€ 1.014	n/a	***€ 343	***€ 413	***€ 1.909	€ 3.679	46,6	€ 1.031,3
	Sweden	*€ 545	***€ 98	n/a	**€ 656	*€ 130	€ 1.429	9,6	€ 435,8
	Switzerland	**€ 1.381	**€ 660	***€ 893	***€ 1.278	n/e	€ 4.212	8,1	€ 515,7
	United Kingdom	**€ 16.380	*€ 2.880	***€ 2.750	***€ 3.300	n/a	€ 25.310	64,1	€ 2.042,9
	Total	€ 41.348	€ 4.822	€ 21.729	€ 16.784	€ 2.834	€ 87.517	435,5	€ 13.546,2

- **USA: € 362,8 mdi**, di cui 253,7 da individui

- **Europa: € 87,5 mdi**, di cui 46,0 da individui (20 paesi)

- **Italia: € 9,1 mdi**, di cui 7,2 da individui

- **L'Italia** si posiziona al **terzo posto in Europa** dopo Regno Unito (25,3 mdi) e Germania (23,8 mdi)

ERNOP – European Research Network on Philanthropy, 2017

Lo scenario: i trend



A febbraio 2019, sono **190 i firmatari del Giving Pledge** lanciato da Bill Gates e Warren Buffett nel 2010. Provengono da 22 Paesi diversi e hanno età dai 30 ai 90 anni. The Giving Pledge, marzo 2019



Nel 2017 il **90% degli HNWI statunitensi ha effettuato elargizioni filantropiche**, rispetto al 56% della popolazione complessiva. In media, i donatori HNWI hanno donato circa 30.000 (+15% dal 2015). 2018 US Trust Study of High Net-Worth Philanthropy



- **HNWI:** il **91% degli HWNI italiani** ha donato nel 2015 (+11%) e il 27% ha aumentato il proprio giving (+13%)
- **Big Gifts:** aumenta la percentuale di chi dona tra 51.000 e 100.000€ (**15% vs. 3% in 2014**).
- **Lasciti:** il **14% degli HNWI italiani** vuole includere una non profit nel proprio testamento. UNHCR e Gruppo Kairos, "La Filantropia degli HNWI in Italia", II edizione

Lo scenario italiano



(*) Censimento Permanente delle Istituzioni Non Profit, ISTAT 2017

(**) Fonte: Unicredit Foundation-IPSOS del 2012

(***) Fonte: Rapporto annuale di ACRI sulle Fondazioni di Origine Bancaria (2015)

Lo scenario: Giving e Fondazioni Corporate

CORPORATE GIVING: 16,4 MILIARDI DI EURO*

*CONVERTITO AL TASSO DI CAMBIO DEL 19/2/2018

Fonte: *Giving in numbers 2017, CECF*

GIVING EUROPA: 21,7 MILIARDI DI EURO

Fonte: *ENROP, Giving Europe, 2017*

GIVING ITALIA: 1 MILIARDO DI EURO

Fonte: *ENROP, Giving Europe, 2017*



Fondazioni Corporate (stime)

Stati Uniti **2.500**

Francia **510**

Germania **420**

Svizzera **1000**

Italia **150**

SCENARIO EUROPEO

- L'**81%** delle maggiori aziende di famiglia è attivo filantropicamente.
- L'attività filantropica è praticamente divisa a **metà tra elargizioni liberali e iniziative di servizio** alla comunità.
- Il **47%** ha costituito una fondazione di famiglia
- Il **37%** intende aumentare i propri contributi filantropici nel 2016; il 62% programma di mantenerli allo stesso livello

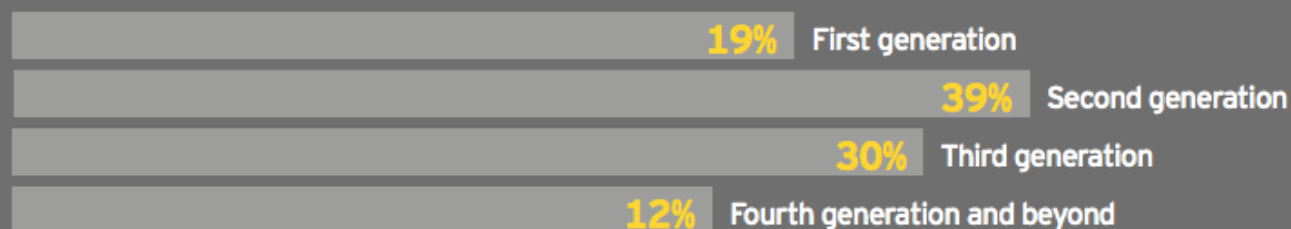
Firm size



525

responses from the largest family businesses in each country

Generation

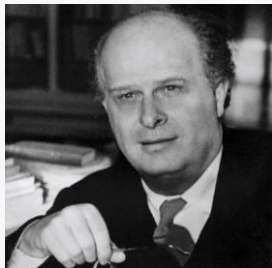


Family Businesses Philanthropy, University of St. Gallen, EY, 2016

- Trasmissione dei valori
- Strumento di crescita personale e professionale
- Connessione con le comunità di riferimento
- Valorizzazione dell'impresa
- Brand strategy

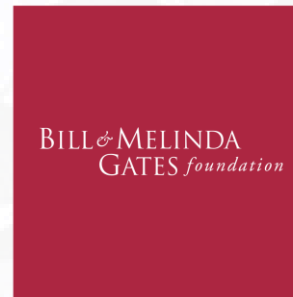


I benefici per le aziende di famiglia



**Conrad N. Hilton
Foundation**

The Hilton Legacy
Serving Humanity Worldwide



THE
ROCKEFELLER
FOUNDATION

LAVAZZA

Chiesi
FOUNDATION

"I want to leave my kids enough money so that they would feel they could do anything, but not so much that they could do nothing."

Warren Buffett

La propria Persona

L'Azienda

La Fondazione

Il Trust

Il DAF (Donor Advised Fund)



Metodo

e

Professionalità

1. COMPRENDERE le motivazioni

- 1) Background
- 2) Valori
- 3) Desiderio di creare una *legacy*
- 4) Esperienze personali

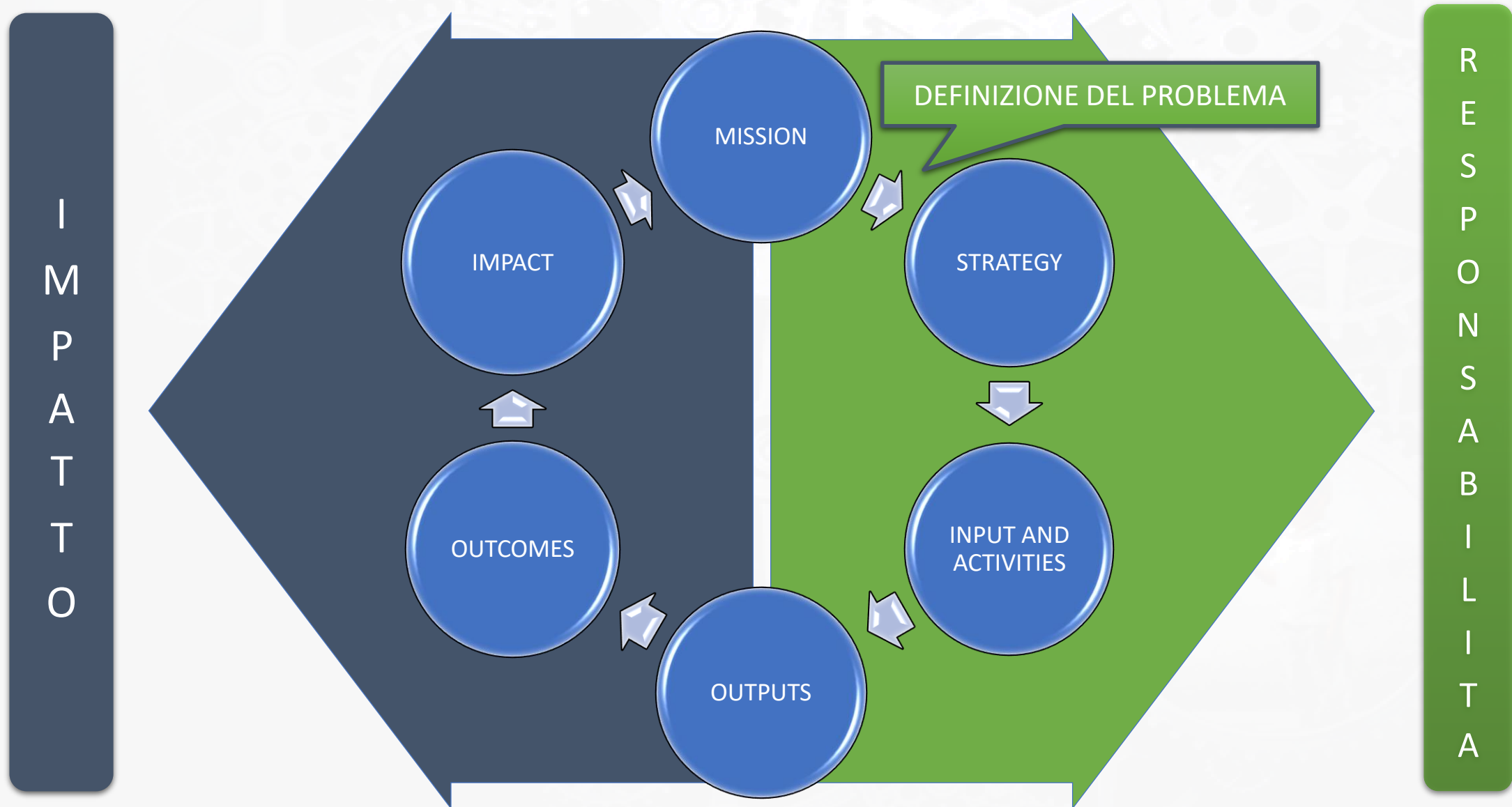
2. DEFINIRE il “successo”

- 1) Analisi di contesto
- 2) Area di intervento
- 3) Cambiamento desiderato

3. IMPLEMENTARE il modello

- 1) Come raggiungere il successo?
(*Theory of Change*)?
- 2) Come misurare i risultati (*impact assessment*)?
- 3) Con quali partner operare?
- 4) Quale veicolo e governance?

Il percorso della Filantropia Strategica



La Filantropia Strategica

- **Metodi per assicurare efficienza ed efficacia dell'azione sociale**
- **Risultati solidi, misurabili e socialmente significativi**



Il nostro focus

- Efficace gestione delle donazioni
- Efficiente gestione delle strutture operative
- Misurazione impatto della donazione
- Potenziamento e certificazione enti non profit
- Integrazione strategia profit-non profit
- Strategia di posizionamento
- Strategia di donazione (veicolo e governance)
 - Fondazione
 - Trust
 - DAF



2 Ottobre 2012

Filantropia Strategica. Ragioniamo col cuore.

Circolo della Stampa - Corso Venezia 48 Milano - Sala Bracco

dalle 11:00 alle 12:30
Segue buffet



I Donor-Advised Fund rispondono alla necessità di donatori e imprese che non vogliono costituire un veicolo filantropico dedicato (es. Fondazione) ma vogliono avere contezza dell'uso e dei risultati delle proprie donazioni. I donatori possono scegliere:

- **Nome** del fondo;
- **Obiettivi** filantropici
- **Durata** (indefinita, definita, perpetua)
- **Come, Cosa e Quanto** donare
- **Ruolo** da svolgere
- Come il capitale **può essere donato**
- Presenza, composizione e ruoli di eventuali **comitati**
- Come possono **essere investiti** gli asset
- Quali **informazioni** devono essere rese pubbliche



Un ente, avente caratteristiche Onlus, mette a disposizione la propria infrastruttura tramite un **conto dedicato** (**Donor Advised Fund**) a tutti coloro che vogliono usufruire dei vantaggi di una propria fondazione (e quindi sfruttare al meglio le potenzialità della Filantropia Strategica) ma non vogliono o non possono costituirne una.

How a Donor-Advised Fund Works



DAF – Donor Advised Fund

Indirizzare donatori e aziende che non vogliono strutturarsi ma hanno la volontà di avere visibilità sulla gestione e l'impatto generato dalla loro donazione.

Fare da tramite per le ONP che hanno bisogno di intercettare nuovi canali di finanziamento.

Aggregare proposte progettuali di soggetti differenti di fronte alla disponibilità di finanziatori interessati.



Un approccio professionale alla Filantropia

La filantropia può aiutare le famiglie e le aziende familiari a conseguire diversi obiettivi

La filantropia può rappresentare un valore aggiunto per le strategie delle aziende familiari e per le famiglie di imprenditori se gestita attraverso un approccio professionale

La filantropia è caratterizzata da una molteplicità di strumenti e approcci

Analizzare i desideri e i valori familiari, a fronte del contesto e dei bisogni sociali, per definire una strategia di intervento

Identificare e avviare il veicolo filantropico più idoneo e definire i meccanismi di governance

Fondazione Lang

Identificare e valutare i possibili partner con cui operare e selezionare quelli più idonei per sviluppare la partnership

Misurare l'impatto conseguito per comprendere l'efficacia dell'azione filantropica

About Fondazione Lang

**Nasce dal primo fondo filantropico
istituito in Italia
per rendere più forti ed efficaci
le organizzazioni
che rispondono a bisogni sociali**



2 Ottobre 2012

Filantropia Strategica. Ragioniamo col cuore.

Circolo della Stampa - Corso Venezia 48 Milano - Sala Bracco

dalle 11:00 alle 12:30
Segue buffet



Cosa facciamo



Philanthropy Advisor - **Consulenza**
Strategia, Impatto, Theory of Change
Oltre 100 interventi di consulenza



2012 1° Executive Filantropia strategica
500 partecipanti ai corsi dal 2012
200 giornate di **formazione**



7° edizione **Philanthropy Day**
Oltre 1000 partecipanti in 7 anni
2018 - 1° Philanthropy Award



DAF
TGE - Donazioni internazionali



21/22 FEBBRAIO

MODULO 1. STRATEGIE E STRUMENTI PER UNA FILANTROPIA EFFICACE Strategie e partnership profit-non profit

21/22 MARZO

MODULO 2. THEORY OF CHANGE E VALUTAZIONE IMPATTO SOCIALE Impostare la valutazione e misurare gli effetti degli interventi

11/12 APRILE

MODULO 3. SCELTA E SET-UP DEL VEICOLO FILANTROPICO Fondazioni, trust, donor-advised fund e Riforma del Terzo Settore

9/10 MAGGIO

MODULO 4. VENTURE PHILANTHROPY E SOCIAL IMPACT INVESTING Generare impatto e ritorni finanziari investendo in nuovi business sociali

7° Philanthropy Day

- Osservatorio Internazionale
- Best Practice
- Theory of change
- Misurazione dell'impatto
- Philanthropy Award





26



TGE – Transnational Giving Europe



TGE – Transnational Giving Europe



Pietro Guindani
PRESIDENTE VODAFONE
ITALIA



Vittorio Terzi
DIRECTOR EMERITUS MCKINSEY &
Co.



Salvio Vicari
PROFESSORE UNIVERSITÀ
BOCCONI



Maurizia Iachino
KEY2PEOPLE GOVERNANCE
PRACTICE LEADER



Mario Molteni
PROFESSORE UNIVERSITÀ
CATTOLICA



Mario Morino
PRESIDENTE MORINO
INSTITUTE



Nadya Shmavonian
CENTER FOR EFFECTIVE
PHILANTHROPY



Alfio Morone
PRESIDENTE ADLER
S.P.A.



Paola Cutaia
DIRETTORE
NP3



Padre Pietro Masolo
MISSIONARIO PIME



Tiziano Tazzi

Presidente Fondazione Lang Italia

t.tazzi@fondazionelangitalia.it

Lucia Maria Martina

Segretario Generale Fondazione Lang Italia

l.martina@fondazionelangitalia.it

Giuseppe Ambrosio

Segretario Generale Fondazione Lang Europe
ONLUS

g.ambrosio@fondazionelangeurope.it

Fondazione Lang

Via De Amicis 30

20123 - Milano

Tel. +39.02.366.35.131

www.fondazionelangitalia.it

