



UBI  comunità

OSSERVATORIO UBI BANCA

su Finanza e Terzo Settore

**Indagine sui fabbisogni finanziari
delle associazioni in Italia**

Executive summary

Febbraio 2013

con il contributo scientifico di  aiccon
ricerca

UBI  Banca

Fare banca per bene.



INDICE

Finalità dell'Osservatorio	3
Contenuto e metodologia dell'indagine	3
Composizione del campione	3
1. Previsioni entrate per il 2013	6
2. Rapporto con le banche	9
3. Prospettive future	14
Conclusioni	16



FINALITÀ DELL'OSSERVATORIO

L'Osservatorio UBI Banca su Finanza e Terzo Settore, realizzato da UBI Banca con il supporto scientifico di AICCON, si pone l'obiettivo di monitorare in maniera continuativa lo **stato** e l'**evoluzione** dell'offerta e della domanda di finanza per il Terzo settore.

In particolare, con la seconda edizione dell'Osservatorio UBI Banca su Finanza e Terzo Settore è stata condotta un'analisi volta ad offrire evidenze quali-quantitative con un focus su determinati soggetti del Terzo Settore, ovvero le cooperative sociali (per il secondo anno consecutivo) e il mondo dell'associazionismo.



CONTENUTO E METODOLOGIA DELL'INDAGINE

La presente indagine è volta ad esplorare il fabbisogno finanziario delle associazioni in Italia (riguardo all'indagine sul mondo della cooperazione sociale, si rinvia ad altro documento).

Per raggiungere gli obiettivi conoscitivi è stata realizzata un'**indagine campionaria**.

Nei mesi di ottobre e novembre 2012, sono stati somministrati **250 questionari** ai responsabili di organizzazioni di volontariato e di associazioni di promozione sociale (prevalentemente Presidenti e Responsabili Amministrativi).

La rilevazione è avvenuta tramite **metodologia CATI** (*Computer Aided Telephone Interviewing*) ed è stata realizzata per conto di AICCON da Associazione ISNET (www.impresasociale.net).

Il presente documento rappresenta una sintesi delle principali risultanze emerse dalla suddetta indagine campionaria.

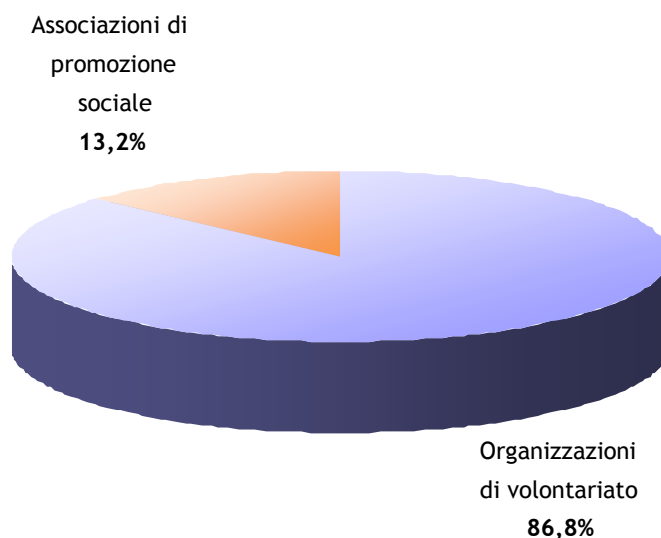


COMPOSIZIONE DEL CAMPIONE

Il campione è stato stratificato per **tipologia di organizzazione** e **area territoriale**.

La Figura 1 illustra le tipologie organizzative e le relative percentuali coinvolte dall'indagine campionaria.

Fig. 1 - Componenti del campione



Le APS (Associazioni di Promozione Sociale) sono maggiormente presenti al Centro, mentre le ODV (Organizzazioni di Volontariato) si trovano principalmente al Sud (Tabella 1).

Tab. 1 - Distribuzione del campione per area geografica

Area	%
Nord	46,0%
Centro	21,2%
Sud	32,8%
Totale	100,0%

Sono 15 gli anni medi di attività delle organizzazioni intervistate: tale dato è pari a 13 anni medi per le ODV, mentre le APS sono più longeve (quasi 25 anni) (Figura 2).

Mediamente le associazioni dispongono di un organico composto da 3 dipendenti e 7.213 associati (di cui 1.269 attivi, ovvero persone attivamente impegnate nell'attività associativa) (Figura 3).

Il numero di associati sia totali che attivi varia in relazione alla tipologia di associazione. Nelle APS la media è di 38.795 associati (di cui 4.283 attivi) mentre nelle ODV è di 2.185 associati totali (di cui 796 attivi) (Figura 4).

Fig. 2 - Anno di costituzione delle associazioni

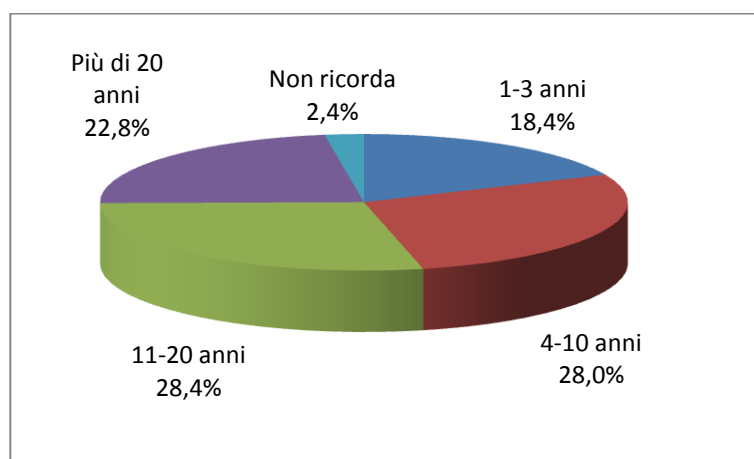


Fig. 3 - Organico delle associazioni

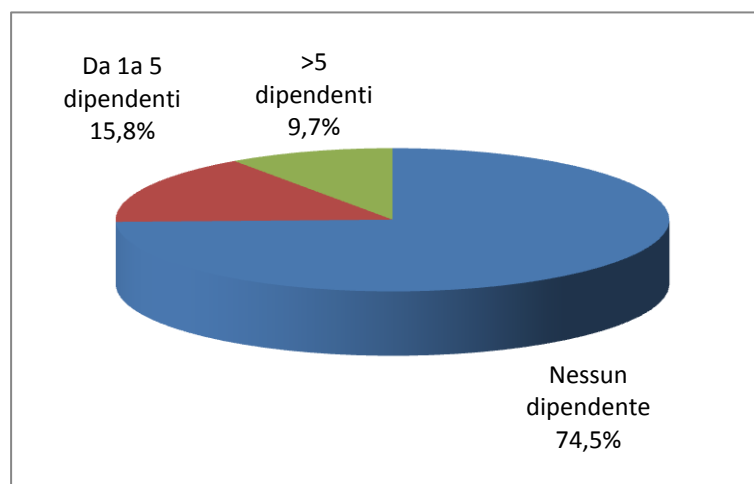
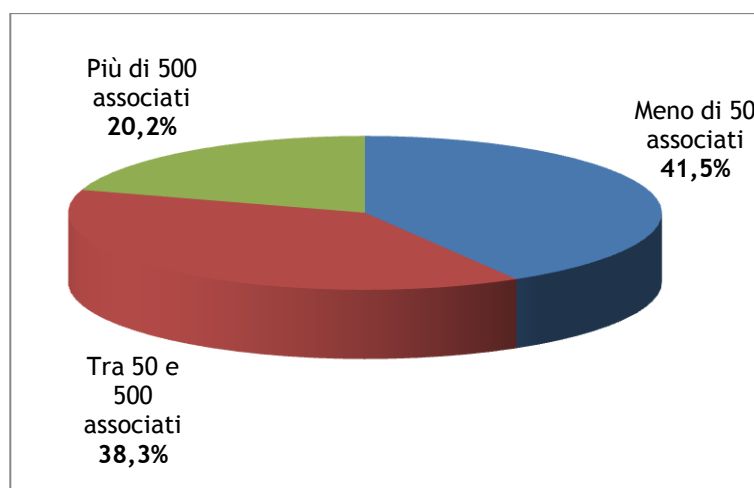
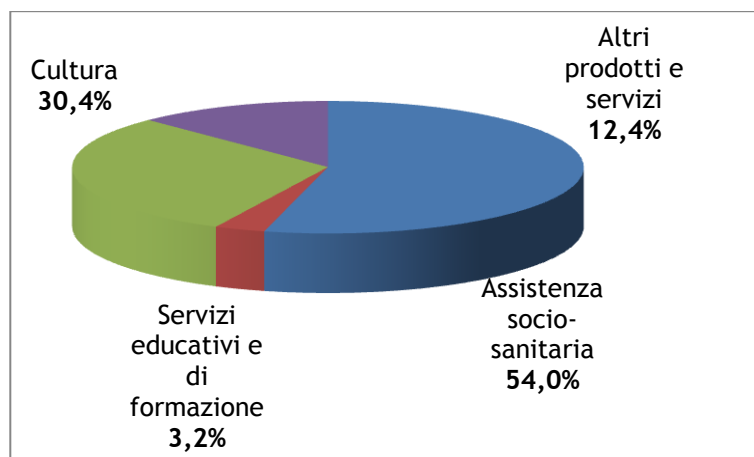


Fig. 4 - Numero di associati



La gran parte delle associazioni intervistate opera principalmente nel **settore di attività** dell'Assistenza socio-sanitaria (più di una su due) e in ambito di promozione della cultura (quasi una su tre) (Figura 5). Solo il 3,2% delle stesse opera nell'ambito di Servizi educativi e di formazione, mentre il restante 12,4% si occupa di Altri Prodotti e Servizi (principalmente attività di Protezione Civile).

Fig. 5 - Settori di attività delle istituzioni

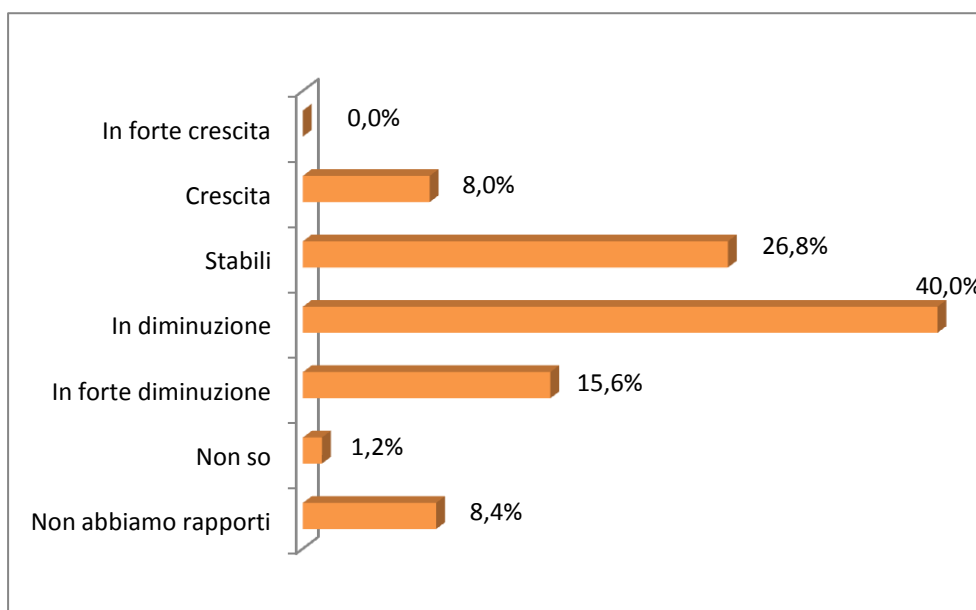




1. PREVISIONE ENTRATE PER IL 2013

La maggior parte delle associazioni (55,6%) prevede per il 2013 un trend negativo per le entrate derivanti da **contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni**. Solo l'8,0% delle associazioni prevede, al contrario, un loro incremento (Figura 6).

Fig. 6 - Previsione andamento entrate da contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni



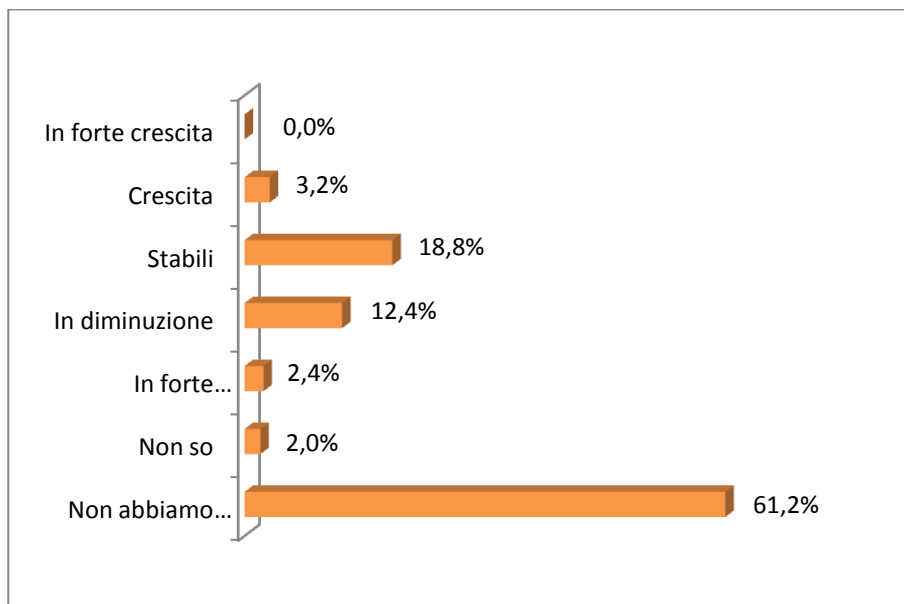
All'interno del campione, le previsioni più negative sono formulate dalle APS, mentre le ODV risultano più ottimiste (Tabella 2). Il fenomeno è riconducibile alla maggiore intensità di rapporti delle APS con la Pubblica Amministrazione rispetto alle ODV.

Tab. 2 - Previsioni di entrate da contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni, per tipologia istituzionale

Previsione entrate da contributi, convenzioni, rapporti con la P.A. e donazioni	Tipologia	
	ODV	APS
Crescita	8,3%	6,1%
Stabili	26,7%	27,3%
Diminuzione	54,8%	60,6%
Non so	1,4%	0,0%
Non abbiamo rapporti	8,8%	6,1%
Totale	100,0%	100,0%

In merito alla previsione delle entrate da **vendita di prodotti/servizi**, le associazioni che hanno rapporti con il mercato - pari al 61,2% del campione (Figura 7) - prevedono una contrazione del 14,8%. Per contro, l'attesa di crescita - più diffusa tra le ODV - è pari al 3,2% (Tabella 3).

Fig. 7 - Previsione andamento entrate da vendita di prodotti/servizi a mercato



Tab. 3 - Previsioni di entrate da vendita di prodotti/servizi a mercato, per tipologia istituzionale

Previsione entrate da vendita di prodotti/servizi a mercato	Tipologia	
	ODV	APS
Crescita	3,2%	3,0%
Stabili	18,4%	21,2%
Diminuzione	13,8%	21,2%
Non so	1,8%	3,0%
Non abbiamo rapporti	62,7%	51,5%
Totale	100,0%	100,0%

Con riferimento alle **entrate da fonte pubblica**, le associazioni che offrono Servizi educativi e di formazione formulano le più ottimistiche previsioni di incremento; le previsioni più negative provengono invece dalle associazioni legate al settore della Cultura (Figura 8).

Anche in merito alle **entrate da vendita di prodotti e servizi a mercato**, le associazioni che offrono Servizi educativi e di Formazione esprimono le previsioni più ottimistiche, mentre il *sentiment* peggiore proviene da quelle che operano nel settore della Cultura (Figura 9). Questo fenomeno è dovuto al fatto che nei settori

dei Servizi educativi e di Formazione si sta concentrando una crescente domanda pagante da parte dei cittadini.

Fig. 8 - Previsioni entrate da contributi, convenzioni con la P.A. e donazioni in rapporto al settore principale di fatturato

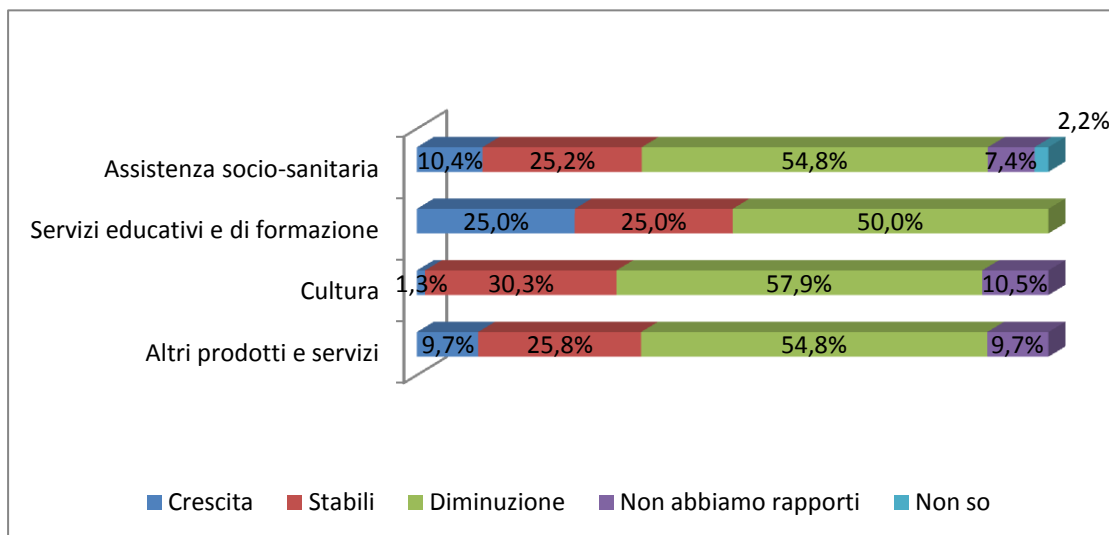
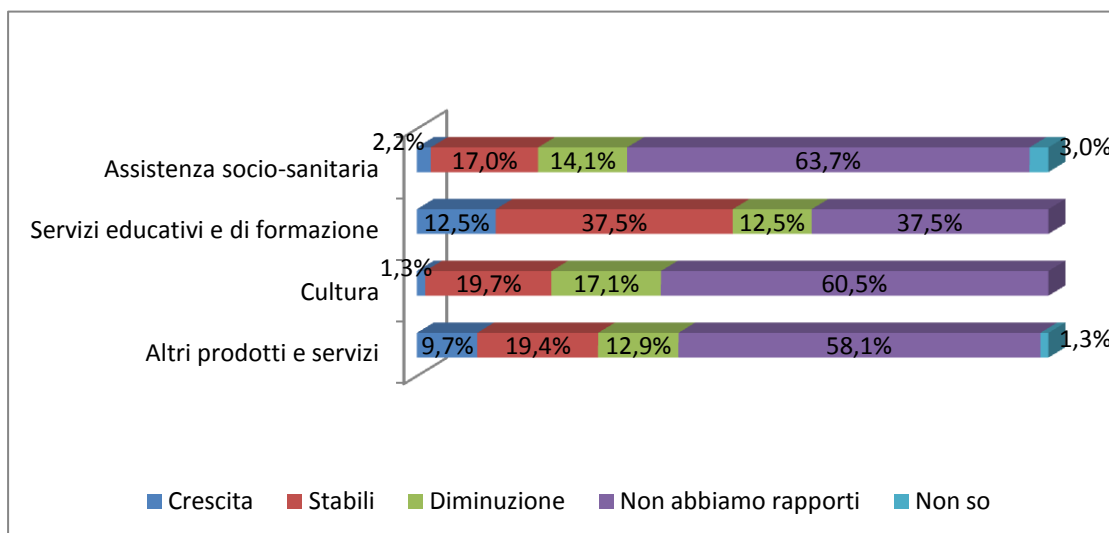


Fig. 9 - Previsioni entrate da vendita di prodotti/servizi a mercato in rapporto al settore principale di fatturato

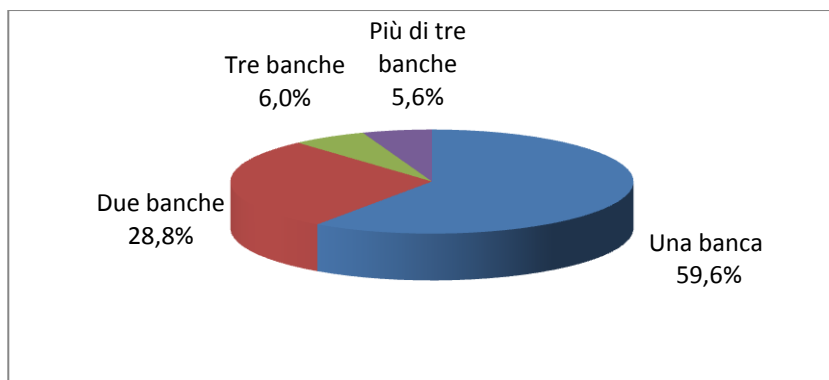




2. RAPPORTO CON LE BANCHE

Il 59,6% delle associazioni intrattiene rapporti con una sola banca (Figura 10). Le associazioni hanno rapporti, in media, con 1,6 banche (Tabella 4). E' significativa la percentuale delle associazioni che hanno rapporti **pluri-banca** (39,4%), a testimonianza di un'intensità di rapporti - particolarmente delle associazioni del Nord Italia - con gli istituti di credito.

Fig. 10 - Rapporti con istituti di credito



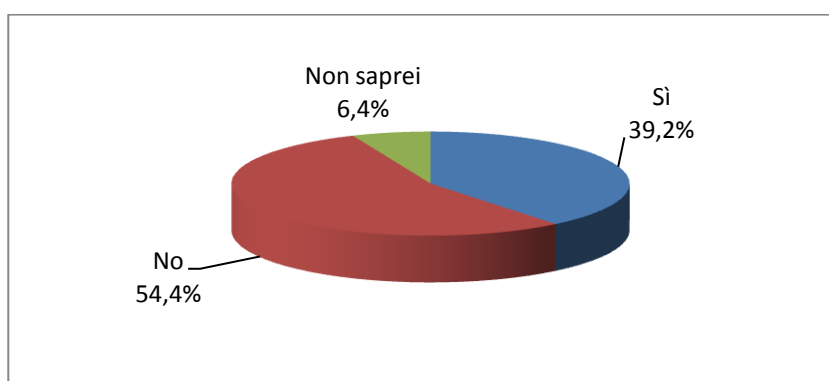
Tab. 4 - Rapporti con gli istituti di credito, per tipologia istituzionale

Tipologia	media
ODV	1,55
APS	2,03
Totale	1,62

Più della metà delle associazioni intervistate ritiene che le banche di cui sono clienti non abbiano adottato **strumenti e metodi di valutazione personalizzati** per le organizzazioni del Terzo Settore (Figura 11).

Tuttavia, all'interno del campione vi è una differenza significativa per dimensione e tipologia di associazione: un trattamento dedicato da parte delle banche è percepito maggiormente dalle grandi associazioni e dalle APS rispetto alle ODV (60,6% contro 35,9%) (Tabella 5).

Fig. 11 - Percezione dell'adozione di strumenti e metodi di valutazione dedicati al non profit da parte degli istituti di credito

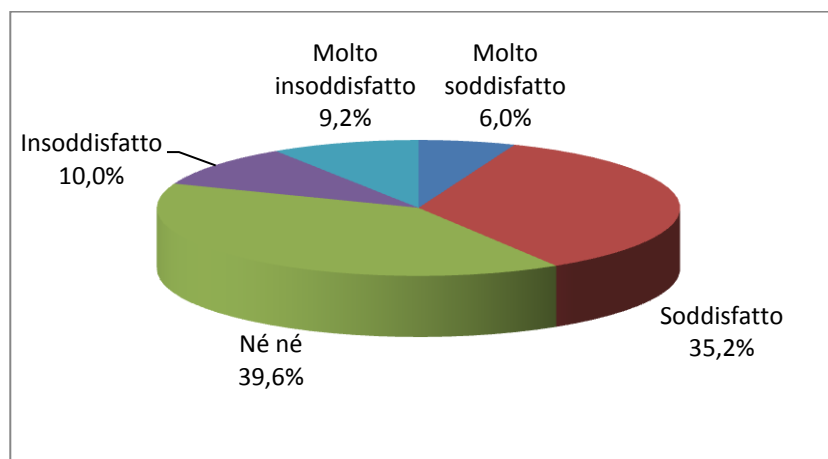


Tab. 5 - Percezione dell'adozione di strumenti e metodi di valutazione dedicati al non profit da parte degli istituti di credito, per tipologia istituzionale

	Tipologia	
	ODV	APS
Sì	35,9%	60,6%
No	57,6%	33,3%
Non saprei	6,5%	6,1%
Totale	100,0%	100,0%

Le associazioni soddisfatte del rapporto con le proprie banche sono più del doppio rispetto alle insoddisfatte: 41,2% contro 19,2% (Figura 12). Il 39,6% del campione però non prende posizione.

Fig. 12 - Livello di soddisfazione nei rapporti con le banche



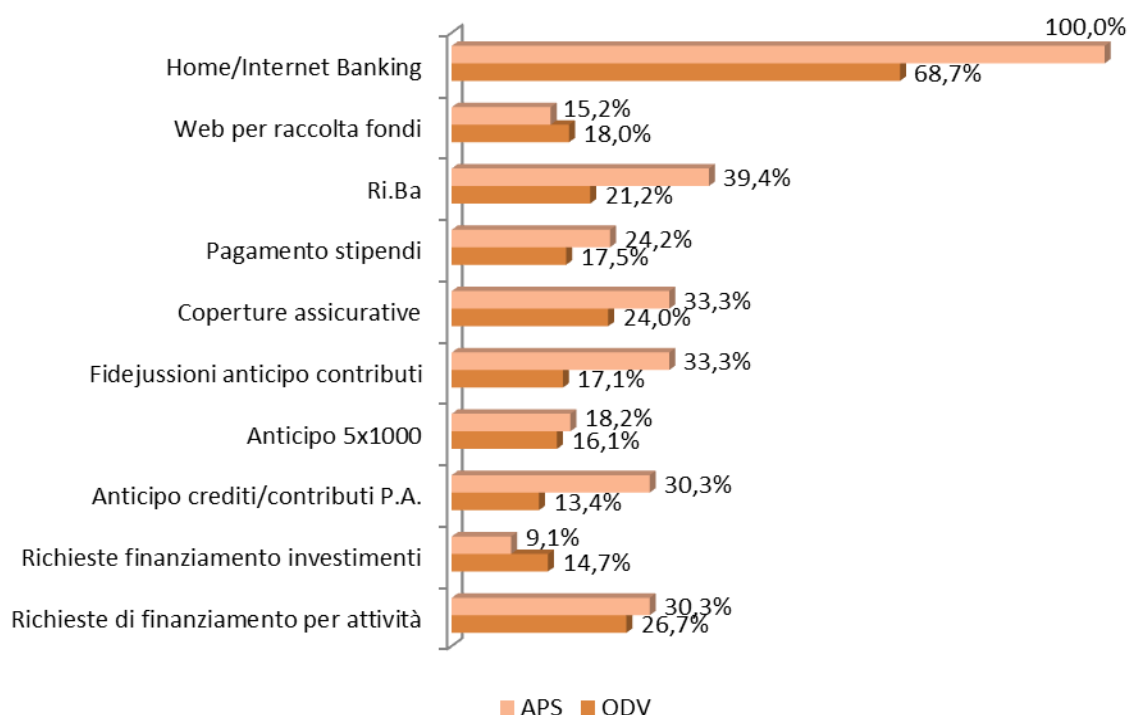
Il livello di soddisfazione degli intervistati è correlato alla percezione dell'applicazione di metodi di valutazione personalizzati per il non profit da parte delle banche: chi ritiene che vengano applicati metodi di valutazione personalizzati per il non profit presenta livelli di soddisfazione più alti rispetto a chi non percepisce una diversità di trattamento da parte delle banche in grado di riconoscere le specificità del Terzo settore (Tabella 6).

Tab. 6 - Rapporto tra livello di soddisfazione e percezione della personalizzazione del servizio e dei metodi di valutazione per il non profit

Livello di soddisfazione	Servizi e metodi di valutazione personalizzati per non profit			Totale
	Sì	No	Non saprei	
Molto soddisfatto	80,0%	6,7%	13,3%	100,0%
Soddisfatto	54,5%	38,6%	6,8%	100,0%
Né né	29,3%	64,6%	6,1%	100,0%
Insoddisfatto	24,0%	76,0%	0,0%	100,0%
Molto insoddisfatto	13,0%	78,3%	8,7%	100,0%

Nello specifico, si osserva una netta distinzione nell'utilizzo dei servizi bancari da parte delle organizzazioni di volontariato rispetto alle associazioni di promozione sociale. Queste ultime, infatti, tendenzialmente di maggiori dimensioni e più strutturate, fanno rilevare percentuali di utilizzo superiori rispetto alle ODV, in particolare per ciò che riguarda il servizio di home/internet banking (100,0% contro 68,7%), le Ri.Ba. (39,4% contro 21,2%), le coperture assicurative (33,3% contro 24,0%) e fidejussioni per l'anticipo di contributi (33,3% contro 17,1%) (Figura 13). Le ODV, invece, si caratterizzano per un utilizzo superiore rispetto alle APS del web per la raccolta fondi (18,0% contro 15,2%) e di richiesta di finanziamento per investimenti (14,7% contro 9,1%).

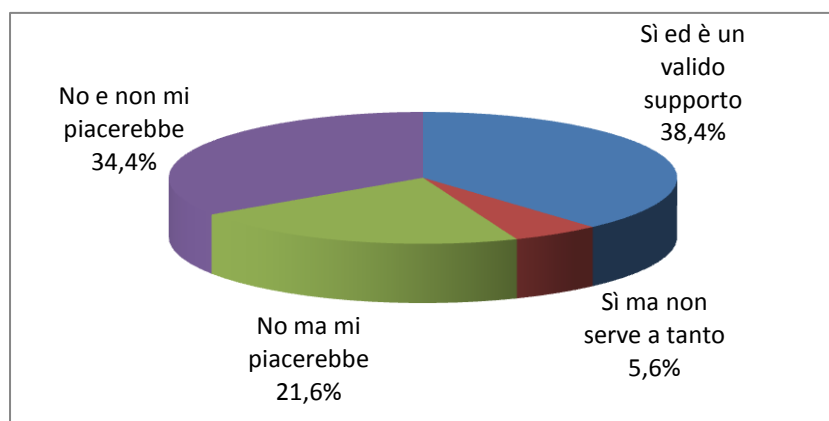
Fig. 13 - Percentuali di utilizzo dei servizi bancari offerti, per tipologia istituzionale



La maggior parte delle associazioni del campione d'indagine dichiara di usufruire di **servizi specializzati di assistenza o accompagnamento** offerti da almeno una delle banche di cui sono clienti. Più di un terzo di queste ritiene che questa attività sia un valido sostegno, a testimonianza di una crescente esigenza di accompagnamento delle associazioni sui temi riguardanti la finanza (Figura 14).

Il 34,4% non usufruisce di questo servizio e non lo riterrebbe nemmeno utile, in particolar modo a causa dello scarso utilizzo che fanno della banca e dei suoi servizi.

Fig. 14 - Servizio di assistenza/accompagnamento

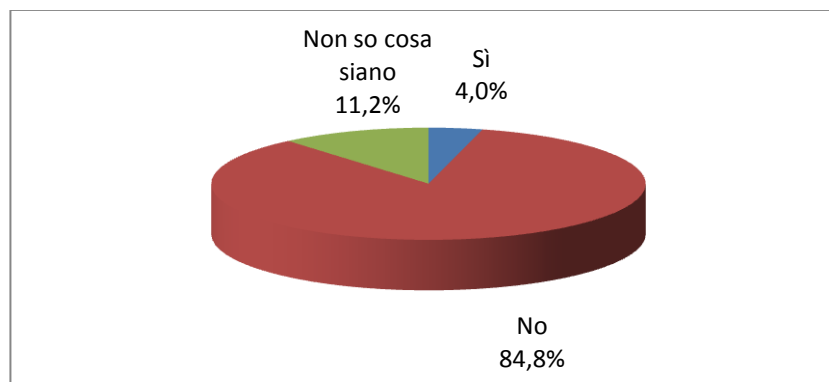


Quello tra l'associazionismo e Confidi è un rapporto inusuale, essendo questo uno strumento rivolto al mondo imprenditoriale.

Infatti, solo il 4,0% delle associazioni intervistate è ricorso a **Confidi** per le richieste di finanziamento (Figura 15). Fra queste, il ricorso ai Confidi risulta essere più elevato tra le associazioni di piccole dimensioni (<50 associati) (Tabella 7).

Tale dato, seppur residuale, evidenzia la presenza di un nucleo di organizzazioni che sviluppano attività progettuali complesse ed economicamente rilevanti sempre più vicine a quelle svolte dalle imprese sociali.

Fig. 15 - Frequenza di ricorso a Confidi



Tab. 7 - Frequenza di ricorso a Confidi per classe dimensionale

Confidi	Associati		
	<50	50-500	>500
Sì	5,8%	4,2%	0,0%
No	94,2%	95,8%	100,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%



3. PROSPETTIVE FUTURE

L'incertezza sul futuro emerge osservando il dato sulle **previsioni di investimento** in progetti di utilità sociale. Quasi 2 associazioni su 3 tra quelle intervistate dichiara di non prevedere investimenti per il 2013, indicando come motivazione principale le difficoltà derivanti dalla crisi economica (Figura 16).

Per quelle che prevedono investimenti, il 72,5% degli intervistati indica l'autofinanziamento come modalità prevalente di copertura del **fabbisogno finanziario** (Figura 17). L'utilizzo dell'autofinanziamento risulta più alto per le associazioni che si occupano di Cultura (87,9%) (Tabella 8).

Solo un 5,1% prevede di coprire il proprio fabbisogno finanziario ricorrendo al canale bancario.

Fig. 16 - Previsione di investimenti nel breve periodo

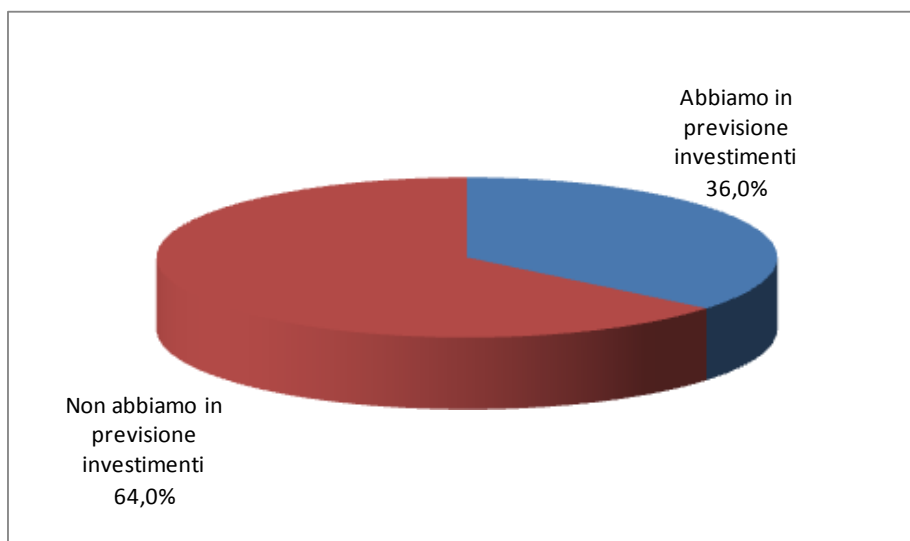
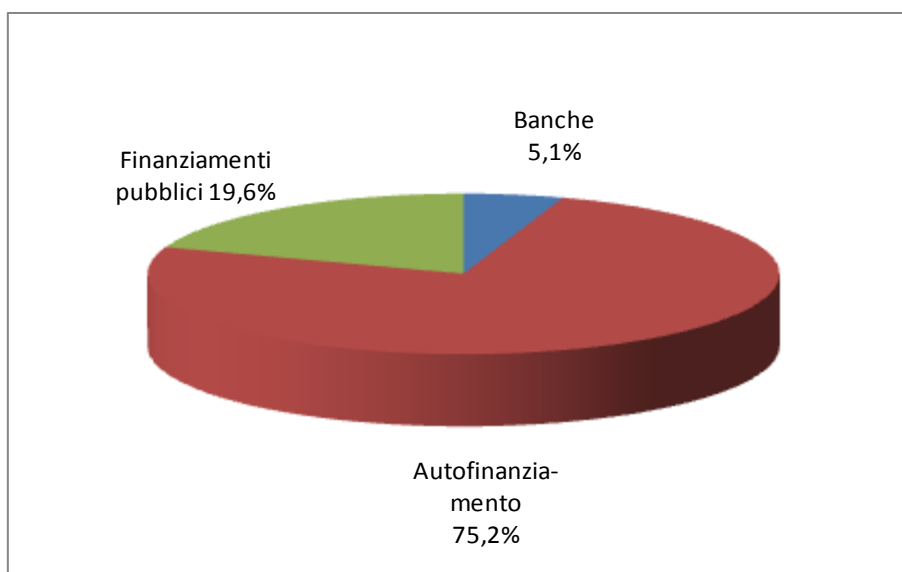


Fig. 17 - Modalità di copertura del fabbisogno finanziario per investimenti

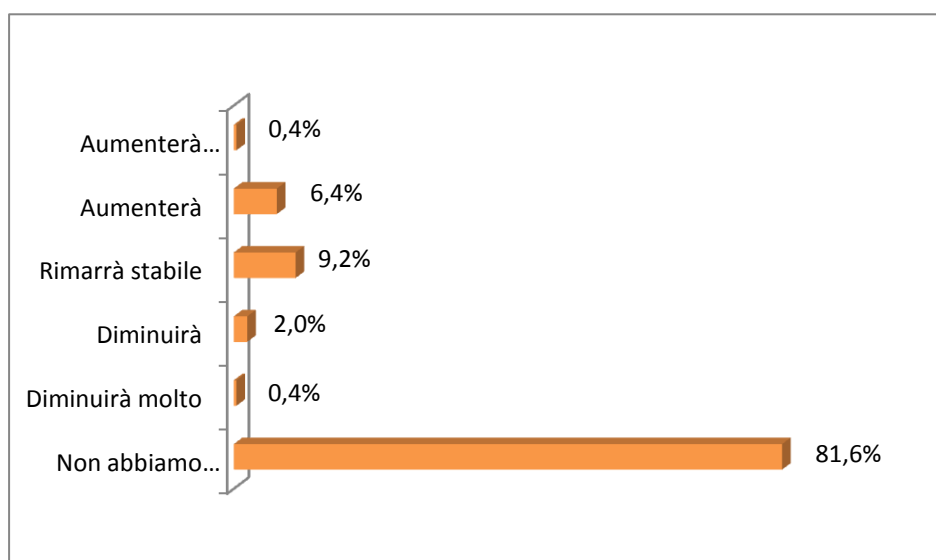


Tab. 8 - Fonti di finanziamento per settore di attività principale

Settori	Fonti di finanziamento		
	Banche	Autofinanziamento	Finanziamenti pubblici
Assistenza socio-sanitaria	6,9%	68,8%	24,3%
Servizi educativi e di formazione	2,5%	57,5%	40,0%
Cultura	2,8%	87,9%	9,3%
Altri prodotti e servizi	0,0%	80,0%	9,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

L'indebitamento delle associazioni nei confronti del sistema bancario è molto basso. Infatti, più di 8 associazioni su 10 afferma di non avere debiti con le banche (Figura 18). Tra i soggetti che hanno posizioni debitorie con gli istituti di credito, il *sentiment* è orientato alla previsione di una stabilizzazione o di una crescita del livello di indebitamento nei prossimi 3 anni.

Fig. 18 - Previsione sui livelli di indebitamento



Le associazioni che prevedono un maggior aumento della propria posizione debitoria nei prossimi 3 anni sono quelle che operano nel settore dei Servizi Educativi e di Formazione (Tabella 9) e che sono localizzate nel Sud e nel Centro Italia.

Tab. 9 - Previsione di indebitamento per settore di attività

Fonti di finanziamento	Previsioni di indebitamento prossimi 3 anni				Totale
	No debiti	Diminuzione	Stabile	Aumento	
Assistenza socio-sanitaria	80,7%	3,0%	8,9%	7,4%	100,0%
Servizi educativi e di formazione	62,5%	0,0%	25,0%	12,5%	100,0%
Cultura	85,5%	1,3%	6,6%	6,6%	100,0%
Altri prodotti o servizi	80,6%	3,2%	12,9%	3,2%	100,0%



CONCLUSIONI

Anche il mondo dell'associazionismo risente del perdurare della crisi economica. Il taglio della spesa pubblica mette a dura prova l'operato delle organizzazioni a fronte di un aumento dei bisogni della popolazione, anche nelle fasce del cosiddetto «ceto medio».

Calano anche le donazioni dei privati e alcune associazioni stanno valutando la possibilità di assumere la qualifica di Impresa Sociale (d.lgs. n. 155/2006) per vedere meglio riconosciuta la valenza economica legata all'operato di realtà sempre più coinvolte e talvolta sostitutive nella gestione dei servizi sociali.

Le due tipologie di associazioni considerate nella II ed. dell'Osservatorio (associazioni di promozione sociale e organizzazioni di volontariato), nonostante la comune appartenenza al vasto universo dell'associazionismo, presentano caratteristiche strutturali molto diverse in termini di dimensioni economiche ed occupazionali nonché di base associativa.

Queste differenze hanno naturalmente delle implicazioni dirette sui servizi bancari utilizzati e sulle politiche di investimento.

Tuttavia, sotto altri aspetti, quali la soddisfazione verso il sistema bancario e la disponibilità a ripensare i termini di collaborazione, non sono poche le convergenze.

In questo scenario, oltre a rinnovare i rapporti associativi, le associazioni per poter crescere devono, così come già avviene per le imprese sociali, potenziare ed espandere la propria attività attraverso la promozione di iniziative di scambio di beni e servizi alla comunità.

Il focus sull'associazionismo svolto dall'Osservatorio ha confermato come anche le associazioni oggi abbiano già in essere una significativa attività con il mondo delle istituzioni bancarie. Tale relazione risulta essere strategica per costruire insieme ad altri *stakeholder* una nuova progettualità utile a migliorare l'intrinseca natura delle associazioni, sia in ambito di *advocacy* che di volontariato.

Il rapporto con le banche si dimostra strategico in prospettiva sia dal punto di vista interno dell'organizzazione, in termini di efficientamento e di gestione, sia esterno, con riferimento alla costruzione di una nuova progettualità che necessita in misura crescente di più investimenti di natura economico-finanziaria.



Con il contributo scientifico di



La presente indagine è stata realizzata da UBI Banca in collaborazione con AICCON (Associazione Italiana per la promozione della Cultura della Cooperazione e del Non Profit) per esclusivi fini di informazione e illustrazione.

Le informazioni qui contenute sono state ricavate da un'indagine campionaria ritenuta affidabile, ma non necessariamente completa. Il documento può essere riprodotto in toto o in parte solo citandone la fonte Osservatorio UBI Banca su Finanza e il Terzo Settore.