
Terzo settore e digitale: Italia non profit, 6 enti su 10 non fanno raccolta di fondi on line

Mancanza di fondi, scarse competenze e cambiamenti nella cultura interna delle organizzazioni: sono queste le più comuni barriere che rendono difficile l'adozione del digitale da parte delle organizzazioni non profit. Il quadro emerge dalla seconda edizione di "Terzo settore & digitale", l'indagine promossa da Italia non profit e For non profit, con il supporto di TeamSystem che ha raccolto le testimonianze di circa 500 enti rispetto alla loro esperienza sul tema della digitalizzazione con riferimento a tre aree: raccolta fondi, comunicazione e gestione delle operazioni interne e delle risorse umane (lavoratori, soci e volontari). Lo studio nasce dalla necessità di comprendere come nel quotidiano gli enti non profit stiano affrontando la sfida della digitalizzazione, processo che sembra guidare i percorsi di efficienza, innovazione e crescita in molti settori. Dall'indagine emerge che il 66,2% degli intervistati si reputa ancora non pienamente digitalizzato. Soltanto il 13,1% degli enti non profit che ha partecipato all'indagine ha incorporato il digitale in tutto quello che fa, mentre la maggioranza ha sì integrato il digitale ma senza un approccio strategico. Tra i maggiori ostacoli che gli enti si trovano ad affrontare nel loro percorso di digitalizzazione al primo posto si trova la scarsità di fondi da investire nell'adozione di nuovi strumenti e nell'adeguamento dei propri sistemi (48,6%), seguita da una mancanza di competenze interne all'ente (45,5%) e dalla necessità di avviare un cambiamento nella propria cultura aziendale per poter avviare il processo di trasformazione (25,3%). Più di un terzo degli enti ritiene invece che il proprio ente dovrebbe dare priorità ad altre sfide, sottolineando come la digitalizzazione non sia ancora percepita come una reale necessità e, al contempo, come fonte di grandi opportunità. Non sorprende che sul tema delle skills digitali gli enti percepiscano scarsa la loro preparazione su materie che richiedono competenze altamente specifiche, come il machine learning, l'intelligenza artificiale e la cybersecurity. A stupire è la carenza percepita nell'ambito della raccolta fondi online, sulla Seo e l'advertising tutte attività chiave per la visibilità e la sostenibilità di ogni organizzazione. 6 enti su 10 non fanno raccolta fondi online e solo il 25% attiva iniziative di crowdfunding. Se da una parte poco meno del 90% delle organizzazioni possiede un sito web, dall'altra negli ultimi due anni meno del 70% si è trovato ad aggiornarlo. Tra gli enti che non possiedono un sito internet, quasi otto su 10 sono almeno presenti su un profilo social. "Dal report emergono di fatto tre elementi che stanno rendendo complessa l'adozione del digitale: fondi, competenze e cambiamenti interni. Solo parlandone queste evidenze si possono trasformare in driver di crescita per il settore per superare le barriere culturali e organizzative che ostacolano la digitalizzazione nel Terzo settore e fornire spunti utili per orientare anche il supporto filantropico: è solo grazie all'ascolto dei bisogni del settore che si possono porre le basi per una crescita organica", sottolinea Mara Moioli, co-funder di Italia non profit.

Gigliola Alfaro