**Po COVID-19 chcemy pomagać więcej**

J**uż 1 miliard euro rocznie przeznaczają polscy darczyńcy indywidualni na działania filantropijne, a blisko 40% Polaków uważa, że pandemia COVID-19 zmieniła ich zachowania w obszarze dobroczynności - wynika z pierwszego badania zachowań i oczekiwań darczyńców indywidualnych w Europie Środkowo-Wschodniej „Filantropia w CEE 2020”, przeprowadzonego przez Kantar Polska na zlecenie Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe. Choć co drugi Polak jest gotowy zapłacić więcej za produkty marek społecznie odpowiedzialnych, na cele dobroczynne przeznaczamy cztery razy mniej pieniędzy niż na słodkie i słone przekąski, a nawet osiem razy mniej niż na alkohol wg danych Nielsen [1].**

Badanie „Filantropia w CEE 2020” to pierwsze tak szeroko zakrojone badanie filantropii w Europie Środkowo Wschodniej. Po raz pierwszy oszacowało ono potencjał filantropijny darczyńców indywidualnych w regionie. Wynosi on 3,3 mld Euro, z czego ok 2 mld Euro na pomaganie mieszkańcy CEE przekazują już dziś. Gdyby porównać to z najbardziej dojrzałym filantropijnie rynkiem na świecie, okazuje się, że pomagamy na poziomie 3,7% kwot, które rocznie przeznaczają na dobroczynność Amerykanie. Jednak chcielibyśmy pomagać więcej. W Polsce - nawet w wysokości 1,9 miliarda euro rocznie.

Aż 39% Polaków stwierdziło, że pandemia COVID-19 zmieniła ich zachowania w obszarze dobroczynności, a dla około 13% był to moment przełomowy, aby zacząć pomagać, gdyż wcześniej tego nie robili. Mężczyźni częściej wpłacają środki w sposób regularny i średnia wartość ich wpłat jest o 40% wyższa. Kobiety zdecydowanie chętniej korzystają z alternatywnych form wspierania, a na ich aktywność wpływają posty i zbiórki na Facebooku. Jako mieszkańcy CEE mamy wysokie oczekiwania od biznesu. Aż dwie trzecie z nas oczekuje, że firmy będą coraz częściej włączać się w działania odpowiedzialne społecznie. Istotną zachęta do tego typu działalności może być fakt, że blisko połowa Polaków (47%) deklaruje, że zapłaci więcej za produkty marek społecznie odpowiedzialnych, a dla więcej niż co trzeciej osoby (38%) prowadzenie przez firmę działań w obszarze CSR jest zachętą do zakupu jej produktów lub usług. A to tylko wybrane dane z raportu „Filantropia w CEE 2020”.

– Zdecydowaliśmy się przeprowadzić i bezpłatnie udostępnić pełne wyniki badań oraz stworzyć rekomendacje dla poszczególnych sektorów, ponieważ wierzymy, że pomogą one ich przedstawicielom w efektywnym i trwałym rozwiązywaniu problemów społecznych w naszym regionie. – mówi Anna Korzeniewska, założycielka Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, międzynarodowego think-tanku, który zlecił i sfinansował badania. Konrad Siwiński, odpowiedzialny za badania z ramienia Kantar dodaje: – Liczymy, że wiedza zawarta w raporcie pomoże wypracować konkretne rozwiązania popularyzujące świadome i długofalowe zaangażowanie społeczne w działalność filantropijną i wolontariacką.

Potrzebę pozyskiwania takich danych potwierdzają słowa Ricka Dunham’a z Giving USA Foundation, która od 65 lat dostarcza wiedzy na temat źródeł i wykorzystania dolarów filantropijnych w USA: – Dane są istotną częścią zrozumienia i wspierania filantropii dla decydentów, fundraiserów, filantropów i organizacji społecznych. Jest to istotna część rozwoju kultury filantropii i skuteczniejszego zaspokajania potrzeb społeczeństwa [2] – wskazuje Dunham.

Raport z badań został podzielony na części tematyczne, m.in. Filantropia i biznes, Filantropia i podatki, Filantropia i organizacje społeczne, czy wpływ COVID-19 na działalność filantropijną społeczeństwa. Jest on wzbogacony wypowiedziami osób związanych z tematyką szeroko rozumianej filantropii oraz biznesu w Polsce i na świecie, między innymi Donzeliny A. Barroso, szefowej globalnej filantropii w Rockefeller Philanthropy Advisors, Katie Hill z B Lab Europe czy profesora Jerzego Hausnera.

– Inwestujemy nasze najsilniejsze aktywa, w tym środki pieniężne i rozwiązania technologiczne, ale także wielki talent naszych pracowników, aby zwiększać integrację i wzmacniać pozycję ludzi, którzy nie mają dostępu do technologii oraz możliwości, które ona oferuje i umożliwia. Wierzymy, że dane zawarte w raporcie pomogą nam efektywnie realizować naszą misję. – mówi Sylvie Laffarge, Philanthropies Lead for Europe w Microsoft.

W raporcie znajdują się również rekomendacje dla poszczególnych sektorów zaangażowanych w realizację wyzwań społecznych. Wśród rekomendacji dla administracji publicznej znalazło się m.in. wprowadzenie wolontariatu, w tym wolontariatu kompetencji, do katalogu ulg podatkowych. Biznesowi rekomendowane jest m.in. łączenie sił i tworzenie wspólnych przedsięwzięć (tzw. co-impact) w odniesieniu do określonego problemu, np. luki kompetencyjnej na rynku pracy. Organizacjom społecznym zaleca się transparentność w raportowaniu prowadzonej działalności, zarówno w kwestiach statutowych jak i administracyjnych – z badań „Filantropia w CEE 2020” wynika, żeaż 67% Polaków rozumie i akceptuje, że organizacje muszą pokrywać koszty swojej działalności. Filantropów indywidualnych zachęca się z kolei do korzystania z ulg podatkowych od darowizn.

**Pełny raport z badania „Filantropia w CEE 2020” można bezpłatnie pobrać tutaj:**

[**https://ceeimpact.org/our-initiatives/research2020/**](https://ceeimpact.org/our-initiatives/research2020/)

**Executive Summary w języku polskim można bezpłatnie pobrać tutaj:**

[**https://ceeimpact.org/research2020-pl/**](https://ceeimpact.org/research2020-pl/)

**Cytaty Partnerów, którzy wypowiedzieli się do raportu można pobrać tutaj:** [**https://ceeimpact.org/for-media/**](https://ceeimpact.org/for-media/)

**\*\*\***

**BADANIE „FILANTROPIA W CEE 2020” – wybrane dane:**

Obecnie w Polsce **środki na cele dobroczynne przekazuje co drugi z nas** (51%). Póki co **wspieramy cele dobroczynne najmniej hojnie** wśród krajów CEE. Darczyńcy z Polski przeznaczają na wydatki filantropijne średnio 350zł rocznie, co w przeliczeniu na mieszkańca daje kwotę 180zł rocznie. **Odpowiada ona niecałym 0,5% średnich zarobków w Polsce**. Co ciekawe, dobrze rozumiemy znaczenie strategii w filantropii - **aż 7 na 10 darczyńców chce wiedzieć, co zmienia się dzięki ich działaniom** (tzw. social impact). Co druga wpłata (51%) odbywa się przy wykorzystaniu przelewu bankowego.

**Filantropia i biznes**

Wyniki badań pokazują, że jako mieszkańcy CEE mamy wysokie oczekiwania od biznesu. **Aż dwie trzecie z nas oczekuje, że firmy będą coraz częściej włączać się w działania odpowiedzialne społecznie**. Istotną zachęta do tego typu działalności może być fakt, że **w Polsce blisko połowa badanych (47%) wskazuje, że zapłaci więcej za produkty marek społecznie odpowiedzialnych, a dla więcej niż co trzeciej osoby (38%) prowadzenie przez firmę działań w obszarze CSR jest zachętą do zakupu jej produktów lub usług.**

**Filantropia i podatki**

Mimo tego, że ulgi podatkowe od darowizn to istotna wartość dla darczyńców, nie są one zbyt popularne wśród mieszkańców CEE. **O tym, że istnieje taka zachęta do pomagania, słyszała niecała połowa z nas.** Co więcej, wiedza o istnieniu ulg wcale nie przekłada się na aktywne ich wykorzystanie. Polacy oceniają obecnie funkcjonujący system ulg jako zachęcający do pomagania w niewielkim stopniu - zaledwie co trzeciego (29%) zachęca on do dzielenia się swoim majątkiem z innymi. Co ciekawe, aż **64% Polaków oczekiwałoby wprowadzenia ulg za wolontariat**.

**Wolontariat czasu i kompetencji**

Wolontariat to wciąż mniej popularna forma pomagania w porównaniu z przekazywaniem środków finansowych, ale już zauważalna – realizuje go zaledwie co trzeci mieszkaniec krajów CEE. **W Polsce ten odsetek wynosi 32%. Wolontariat jest najpopularniejszy wśród osób młodych (do 30 lat)**- 38%, co sugeruje, iż **w przyszłości taka forma wsparcia będzie zyskiwała na znaczeniu**. Obecnie 14% mieszkańców CEE wskazało, że pracodawca umożliwia im realizację wolontariatu w ramach godzin pracy. **Wśród tych, którzy nie mają takiej opcji, oczekiwałoby jej aż blisko 4 na 10 pracowników.** Na taką formę pomagania chcieliby poświęcić 2-3h w miesiącu.

**Cele Zrównoważonego Rozwoju (SDGs)**

Według mieszkańców CEE osiąganie Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs) powinno być wspierane przede wszystkim przez administrację publiczną. Jednak zapytani o to, kto faktycznie je wspiera, respondenci zdecydowanie rzadziej wskazywali rządy, doceniając jednocześnie rolę organizacji społecznych, biznesu i darczyńców indywidualnych.

 [1] <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/ile-polacy-wydaja-na-alkohol-dane-nielsena-za-2019-rok>, <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/slodycze-i-przekaski-w-koszyku-zakupowym-polskiej-rodziny-analiza-rynku> dostęp z dnia: 16.08.2020

[2] *Philanthropy in CEE 2020* report (str. 20)

**\*\*\***

**Badanie „Filantropia w Europie Środkowo-Wschodniej (CEE) 2020”**

Badanie zostało przeprowadzone w maju 2020 roku przez Kantar wśród mieszkańców czterech krajów: Polski, Węgier, Czech i Słowacji. Na każdym rynku zrealizowanych zostało 600 wywiadów z osobami w wieku 18-65 lat z odwzorowaniem struktury demograficznej społeczeństw ze względu na wiek, płeć i wielkość miejsca zamieszkania. Metoda zbierania danych: CAWI (online). Wyniki sumaryczne są średnimi ważonymi, uwzględniającymi liczbę mieszkańców poszczególnych krajów. Badanie zostało zlecone przez i sfinansowane ze środków własnych Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe – niezależny, apolityczny think tank.

**\*\*\***

**Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe**

Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe to niezależny, apolityczny think tank, którego misją jest stworzenie przyjaznego filantropii ekosystemu w Europie Środkowo-Wschodniej. Działa w CEE, ze szczególnym uwzględnieniem krajów Grupy Wyszehradzkiej: Czech, Polski, Słowacji i Węgier. Chce, aby pomaganie stało się bardziej strategiczne i, co najważniejsze, prowadziło do trwałych, systemowych zmian. Wspiera tych, którzy chcą wywrzeć pozytywny wpływ na społeczeństwo – rządy, firmy, osoby prywatne, organizacje społeczne i inne podmioty, oferując badania, edukację, narzędzia i promocję. Współpracuje z filantropami indywidualnymi i korporacyjnymi przy wdrażaniu strategicznych rozwiązań systemowych.

**\*\***

**Kantar**

Kantar to wiodąca na świecie firma doradcza i konsultingowa działająca w oparciu o analizę danych i informacji. Oferujemy całościową, unikatową i wszechstronną wiedzę o tym, jak ludzie myślą, co czują i jak działają – globalnie i lokalnie – na ponad 90 rynkach. Łącząc pogłębioną wiedzę i doświadczenie naszych pracowników, zgromadzone zasoby danych i wypracowane przez lata normy, a także innowacyjne analizy i technologie analityczne, pomagamy naszym klientom rozumieć ludzi i stymulować wzrost.