**Po COVID-19 občané Střední a Východní Evropy chtějí více pomáhat**

**Podle studie „Filantropie ve Střední a Východní Evropě 2020“ Kantar pro Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe utrácejí jednotliví dárci ve střední a východní Evropě 2 miliardy EUR ročně na filantropické aktivity. Ačkoli více než třetina dárců (36%) věří, že pandemie COVID-19 změnila jejich chování v oblasti dobročinnosti (V Česku se jednalo o 28 %), a u 15% to byl zlomový bod, kdy začali pomáhat, přestože to dříve nedělali, pouze Poláci utratí dvakrát více peněz za sladké a slané občerstvení, a dokonce čtyřikrát více za alkohol, uvádí Nielsen [1].**

„Filantropie ve Střední a Východní Evropě 2020“ - studie provedená s dosud nedostupným rozsahem a směřováním odhadla filantropický potenciál regionu mezi jednotlivými dárci. Jedná se o 3,3 miliardy EUR, z nichž již byly převedeny přibližně 2 miliardy EUR. Ve srovnání s jedním z nejfilantropičtějších trhů na světě, USA, vidíme, že občané střední a východní Evropy v současnosti rozdávají 3,7% částek darovaných Američany podle údajů zveřejněných v „Giving USA 2020“.

Ukázalo se, že pomáhá podobné procento žen a mužů, přičemž se liší forma podpory. Muži častěji věnují prostředky pravidelně a průměrná hodnota jejich plateb je o 40 % vyšší. Ženy výrazně ochotněji využívají alternativní formy podpory, a jejich aktivitu ovlivňují posty a sbírky na Facebooku. Jako obyvatelé CEE máme velká očekávání vůči podnikatelské sféře. Až dvě třetiny z nás očekávají, že se firmy budou stále častěji zapojovat do aktivit v oblasti sociální odpovědnosti. Důležitým podnětem k takovým aktivitám může pro korporátní dárce být to, že 44 % obyvatel regionu uvádí, že jsou ochotní zaplatit více za produkty sociálně zodpovědných značek (v Česku se jedná o 39 %), a pro 36 % (v Česku 29 %) je aktivita firmy v oblasti CSR motivací k nákupu jejich produktů nebo služeb. Společnost má také velká očekávání související s daňovými úlevami za dobrovolnictví – očekávají je až dva ze tří dotazovaných (62 %), v Česku 57 %.

- Rozhodli jsme se bezplatně provést a sdílet výsledky prvního rozsáhlého výzkumu filantropie ve střední a východní Evropě, protože věříme, že údaje a doporučení obsažené v této zprávě pomohou vytvořit a implementovat účinná a udržitelná řešení sociálních problémů v našem regionu. - říká Anna Korzeniewska, zakladatelka Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe, mezinárodní think-tank, který výzkum zadal a financoval. Konrad Siwiński, odpovědný za výzkum jménem společnosti Kantar, dodává: - Doufáme, že znalosti obsažené ve zprávě pomohou vyvinout konkrétní řešení popularizující vědomé a dlouhodobé sociální zapojení do filantropických a dobrovolných aktivit.

Dobrovolnictví je stále málo rozšířenou formou pomoci opoti věnování finančních prostředků, není však zanedbatelné – věnuje se mu téměř každý třetí občan zemí CEE (v Česku 36 %). Dobrovolnictví je nejpopulárnější mezi mladými lidmi (do 30 let) – 38 %, což naznačuje, že v budoucnu bude tato forma dobročinnosti získávat na významu. 14 % obyvatel CEE uvedlo, že jim zaměstnavatel umožňuje dobrovolnickou práci v rámci pracovní doby. Mezi těmi, kdo takovou možnost nemají, by ji vítalo téměř 4 z 10 zaměstnanců, přičemž by dobrovolnické práci chtěli věnovat 2-3 h za měsíc. Společnost má také velká očekávání související s daňovými úlevami za dobrovolnictví – očekávají je až dva ze tří dotazovaných (62 %), v Česku 57 %.

Přestože daňové úlevy z darů mohou pro dárce představovat značnou hodnotu, mezi obyvateli CEE nejsou příliš populární. O tom, že existuje tato forma podnětu k pomáhání, slyšela necelá polovina z nás. Kromě toho se znalost daňových úlev nepromítá do jejich aktivního využívání. Poláci nyní hodnotí současný systém úlev jako jen nepatrně motivující k pomáhání – jen každý třetí dotazovaný (25 %) jej vnímá jako motivaci k tomu, aby se rozdělil o své prostředky s ostatními.

Podle obyvatel CEE by mělo být dosažení cílů udržitelného rozvoje (SDGs) podporováno především státní správou. Dotazovaní však na otázku, kdo je skutečně podporuje, rozhodně méně často uváděli vlády a zároveň vyzdvihovali roli sociálních organizací, podniků a individuálních dárců. Cíle související s dobrou životní úrovní společnosti jsou vnímány jako nejdůležitější a jsou často podporovány (jak finančně, tak formou dobrovolnictví). Oblasti související s rozvojem občanské společnosti a se sociálními nerovnostmi naopak obyvatelé CEE považují za druhořadé.

Zpráva rovněž obsahuje doporučení pro konkrétní odvětví zapojená do řešení sociálních výzev. Mezi doporučení pro veřejnou správu patří m.in zavedení dobrovolnictví, včetně dobrovolnických kompetencí, do katalogu daňových úlev. Podnikům se doporučuje m.in. spojovat síly a vytvářet spoludopady (tzv. co-impact) ve vztahu ke konkrétnímu problému, např. Sociálním organizacím se doporučuje, aby byly transparentní při podávání zpráv o své činnosti, a to jak v zákonných, tak ve správních otázkách – výzkum "Filantropie v CEE 2020" ukazuje, že až xx % Čechů chápe a přijímá, že organizace musí hradit náklady na svou činnost. Na druhé straně jsou jednotliví filantropové povzbuzováni, aby využili daňových úlev na dary.

„Filantropie ve Střední a Východní Evropě (CEE) 2020”

Zpráva je k dispozici zdarma: https://ceeimpact.org/research2020/

*[1]* [*https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/ile-polacy-wydaja-na-alkohol-dane-nielsena-za-2019-rok*](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*](https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/slodycze-i-przekaski-w-koszyku-zakupowym-polskiej-rodziny-analiza-rynku) *přístup dne: 16. srpna 2020*

**Studie "Filantropie ve střední a východní Evropě (CEE) 2020"**

Průzkum provedla společnost Kantar v květnu 2020 mezi obyvateli čtyř zemí: Polska, Maďarska, České republiky a Slovenska. Na každém trhu bylo provedeno 600 rozhovorů s lidmi ve věku 18–65 let, které reprezentovaly demografickou strukturu společností podle věku, pohlaví a velikosti bydliště. Metoda sběru dat: CAWI (online). Souhrnné výsledky jsou vážené průměry s přihlédnutím k počtu obyvatel každé země. Studii zadala a financovala Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe - nezávislý, apolitický think tank.

**\*\*\***

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

je nezávislý, apolitický think tank, jehož posláním je vytvořit ekosystém šetrný k filantropii ve střední a východní Evropě. Působí ve střední a východní Evropě, se zvláštním důrazem na země Visegrádské skupiny: Českou republiku, Polsko, Slovensko a Maďarsko. Chce, aby pomoc byla strategičtější, a co je nejdůležitější, vedla k trvalým, systémovým změnám. Podporuje ty, kteří chtějí mít pozitivní dopad na společnost – vlády, podniky, jednotlivce, sociální organizace a další subjekty, a nabízí výzkum, vzdělávání, nástroje a propagaci. Spolupracuje s jednotlivými a firemními filantropy na implementaci strategických systémových řešení.

**\*\***

**Kantar**

Kantar je přední světová poradenská a konzultační firma založená na analýze dat a informací. Nabízíme holistické, jedinečné a komplexní pochopení toho, jak lidé myslí, cítí a jednají – globálně i lokálně – na více než 90 trzích. Kombinací hlubokých znalostí a zkušeností našich zaměstnanců, shromážděných datových zdrojů a standardů vyvinutých v průběhu let, stejně jako inovativních analýz a analytických technologií pomáháme našim zákazníkům porozumět lidem a stimulovat růst.