

35 let českého dárcovství



Klára Šplíchalová, Fórum dárců
Radek Jiříčný, InsightLab



České dárcovství v roce 2023

14,1 mld. korun ↓
celkem na veřejně prospěšné účely

3,6
mld. Kč ↓
individuální
dárci

6,7
mld. Kč ↓
firmy

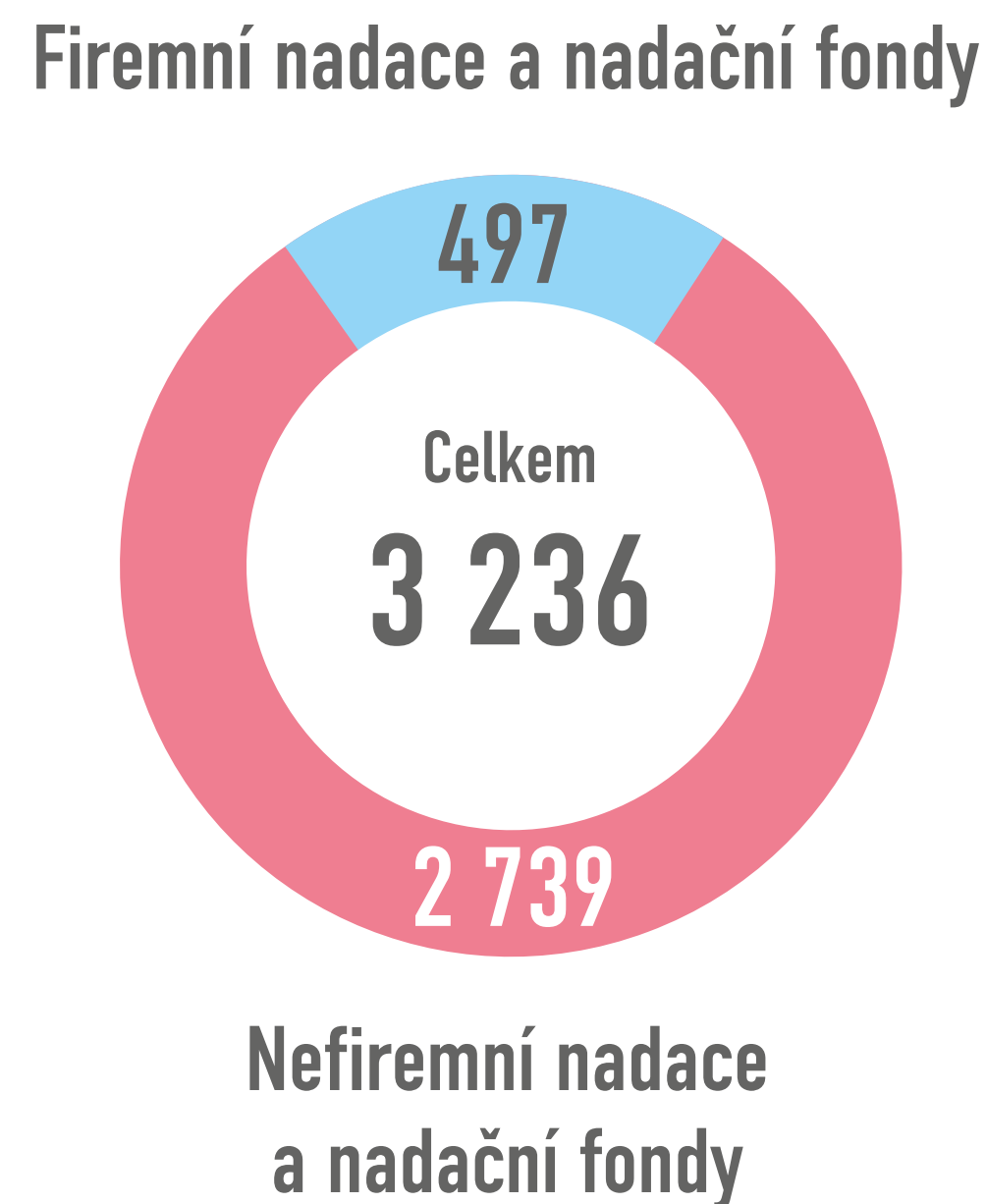
3,8
mld. Kč ↑
nadace
a fondy

Další zdroje Mapy dárcovství

- ▶ Výzkum veřejného mínění
 - Ochota a motivace darovat
 - Pravidelnost dárcovství
 - Nálada ve společnosti
 - Postoje veřejnosti k firemnímu dárcovství
- ▶ Podrobná analýza Dárcovských SMS
- ▶ Kvalitativní mapování situace v neziskovém sektoru

Profesionální dárci v Česku: Nadace a fondy

Objem rozdělených nadačních příspěvků 2023



Nejčastěji podporované oblasti

Vzdělávání a výzkum

15 %

Pomoc nemocným a lidem s handicapem

14 %

Humanitární pomoc a lidská práva

13 %

Pomoc sociálně znevýhodněným

13 %

Děti, mládí a rodina

11 %

Kultura, umění a památky

11 %

TOP 10 nadací a fondů 2023

(firemních i nefiremních)
podle výše rozdělených
nadačních příspěvků

- DOBRÝ ANDĚL, nadace ▶ 395 567 000 Kč
- Prague Civil Society Centre, nadační fond ▶ 299 702 000 Kč
- Nadace ČEZ ▶ 269 926 000 Kč
- Nadace EP Corporate Group ▶ 182 342 000 Kč
- Nadace THE KELLNER FAMILY FOUNDATION ▶ 132 918 000 Kč
- Nadace České spořitelny ▶ 125 949 000 Kč
- Nadace pojišťovny Kooperativa ▶ 120 369 000 Kč
- Nadační fond Kladné nuly ▶ 113 268 000 Kč
- Česko-německý fond budoucnosti, nadační fond ▶ 101 296 000 Kč
- Nadace PPF ▶ 86 445 000 Kč

Přední TOP10 nadací a fondů rozdělila téměř polovinu (▶48 %) celkového ročního objemu nadační podpory.

TOP 3 nadace a fondy 2023

podle výše registrovaného nadačního kapitálu

Česko-německý fond budoucnosti, nadační fond ▶ **4 672 228 000 Kč**

Nadace rodiny Holečkových ▶ **1 977 458 000 Kč**

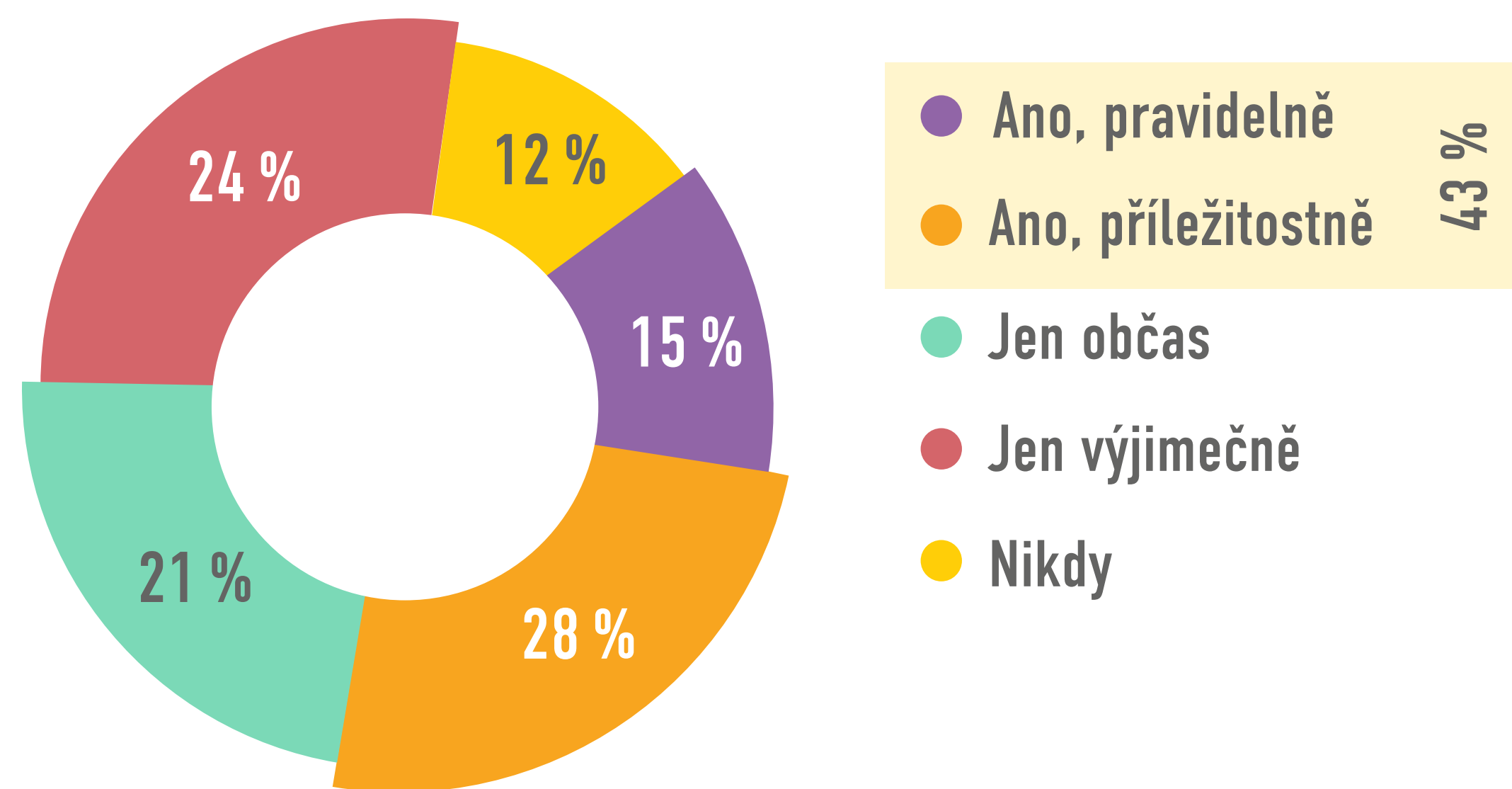
Nadace České spořitelny ▶ **1 734 000 000 Kč**

35 let nadačního sektoru

- ▶ Změnily se vize zřizovatelů.
- ▶ Změnily se zdroje vytvářející majetek nadací a nadačních fondů.
- ▶ Změnila se činnost nadací a fondů.
- ▶ Změnily se objemy nadačních příspěvků.
- ▶ Změnila se podporovaná témata a cílové skupiny.

Podpora veřejně prospěšných aktivit

PODPORUJETE FINANČNĚ RŮZNÉ VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉ AKTIVITY?

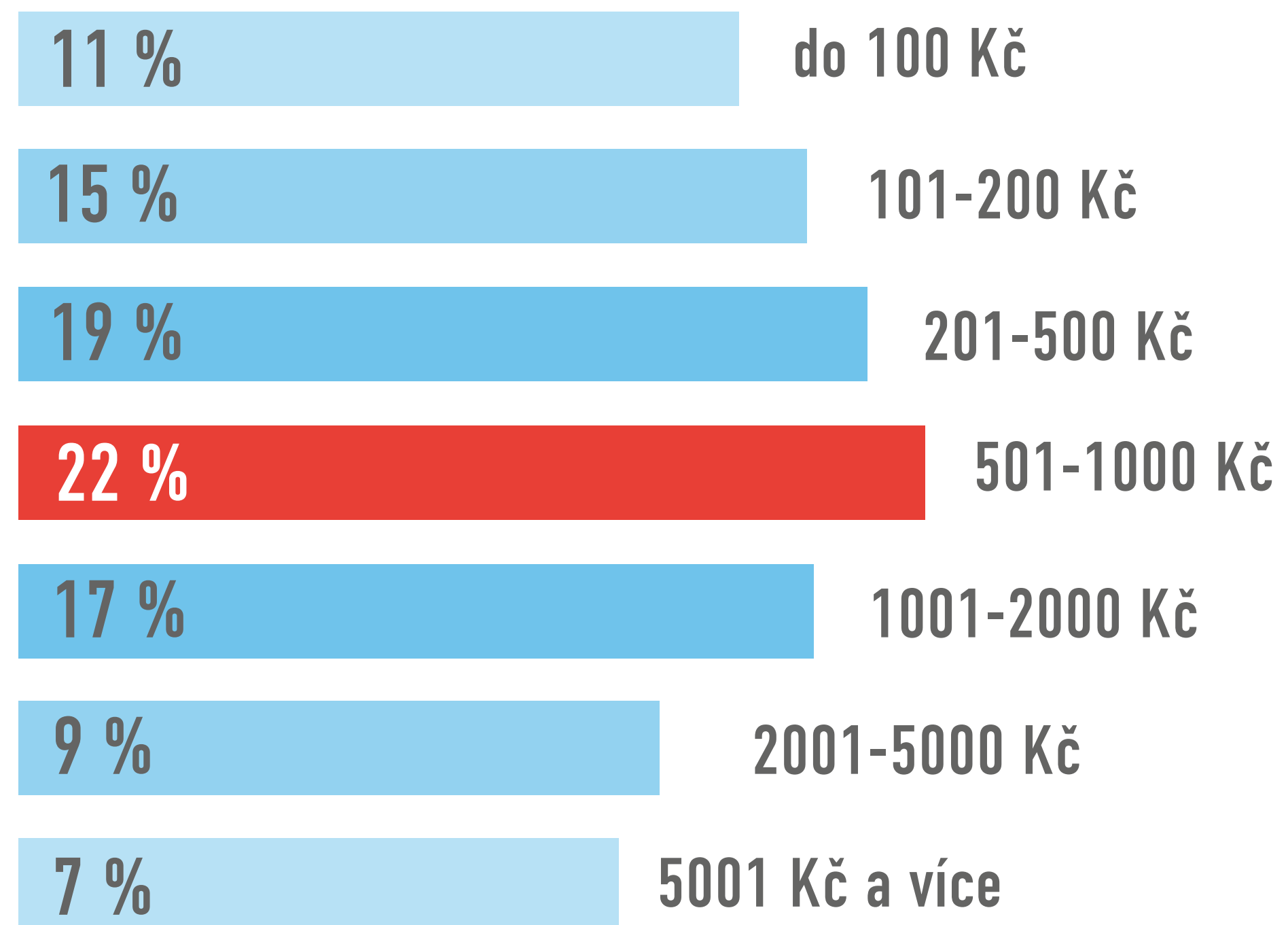


Pravidelně nebo příležitostně podporuje finančně nějakou veřejně prospěšnou aktivitu téměř polovina **lidí** ▶ (43 %), obdobně jako v minulém roce. Podíl lidí, kteří ze svého příjmu darují **příležitostně** se meziročně mírně snížil ▶ (28 %), a to ve prospěch pravidelných dárců ▶ (15 %). Meziročně se také mírně zvýšilo procento **lidí, kteří na veřejně prospěšné aktivity vůbec nepřispívají** ▶ (12 %).

Dle výzkumu UNICEF považuje pomoc ostatním za důležitou ▶ **9 z 10 českých dětí**. Pomoc druhým zároveň patří mezi tři nejčastěji předávané hodnoty v rodinách.

Roční výše daru

KOLIK PENĚZ ROČNĚ PŘIBLIŽNĚ DARUJETE NA PODPORU VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝCH AKTIVIT?

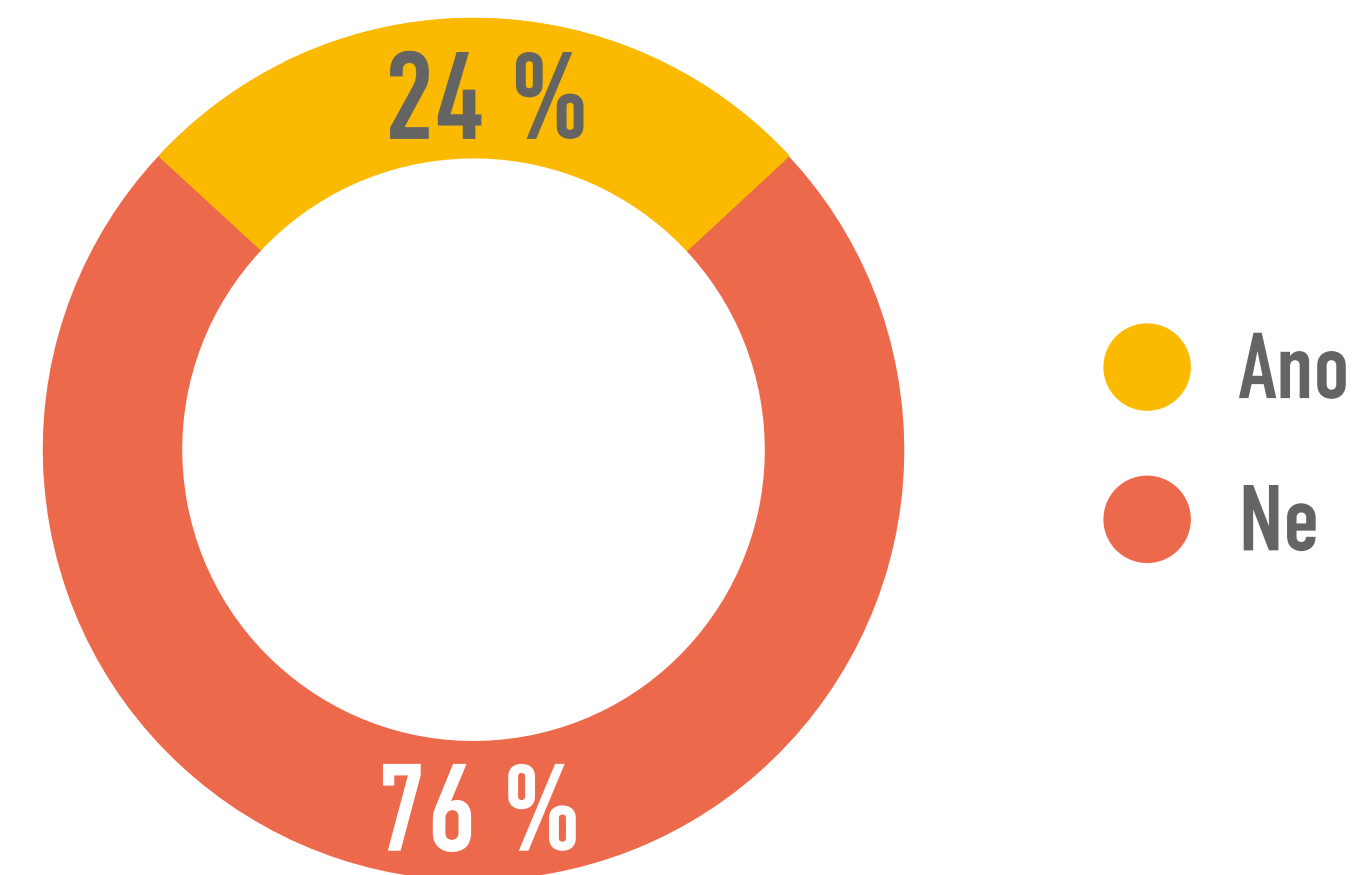


Ročně dárce přispějí na veřejně prospěšné aktivity celkem **nejčastěji částkou 501 – 1 000 Kč** ▶ (22 %). Meziročně se mírně zvýšil podíl dárců, kteří darují za rok vyšší částku; **více než 1 000 Kč ročně daruje** na veřejně prospěšné aktivity **třetina dárců** ▶ (33 %, v roce 2023 25 %). Častěji se jedná o ženy, vysokoškolsky vzdělané osoby a osoby z domácností s příjmem nad 60 tis. Kč.

Motivace k darování a důvěryhodnost sbírek

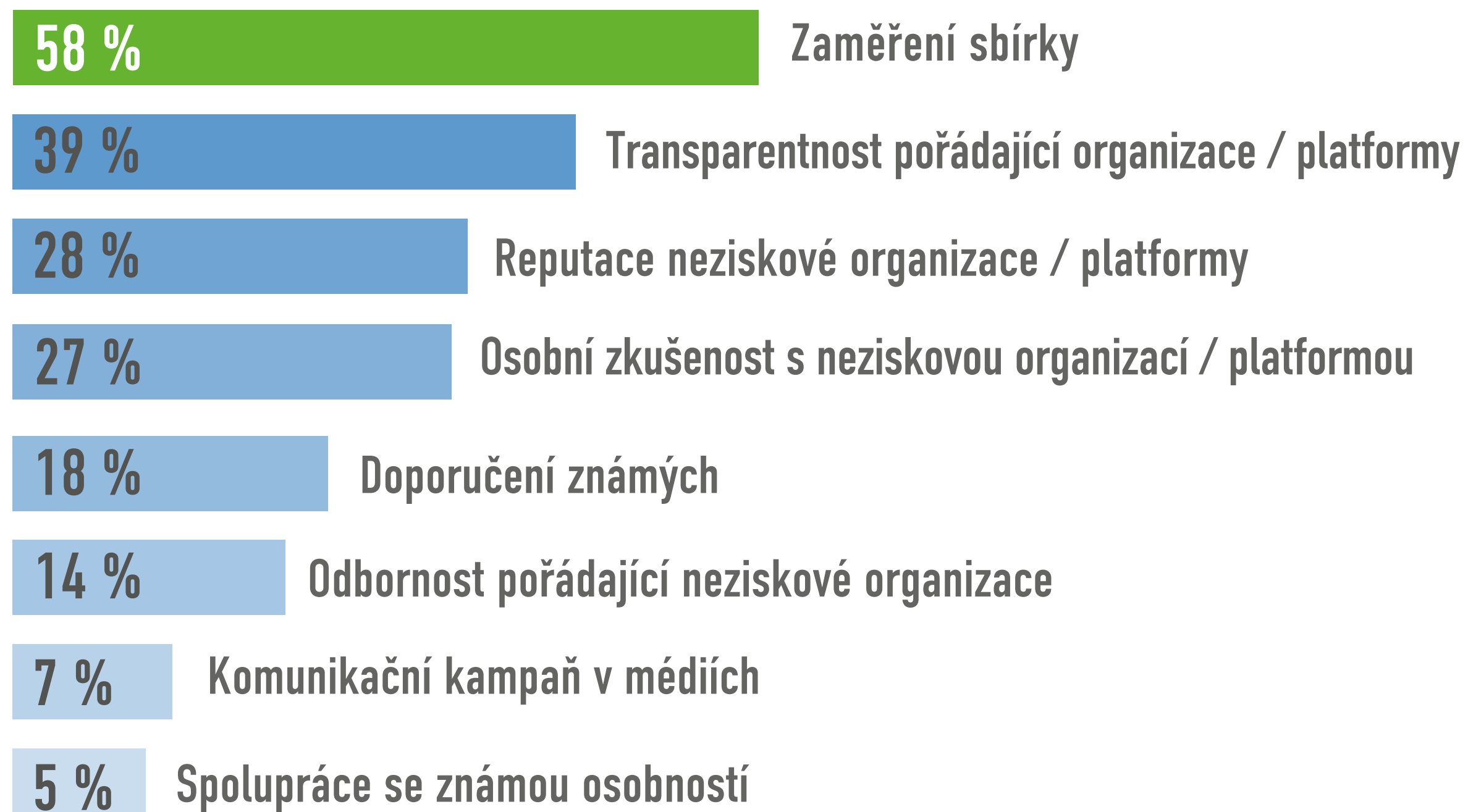
Největší motivací k darování finančních prostředků je **dobry pocit z darování**; motivuje ► 80 % dárců. Pro dárcovské prostředí je proto zcela klíčová důvěra dárců (**neziskovému sektoru v současnosti důvěřuje ► 60 % dotázaných**); velké riziko pak představují podvodné a netransparentní sbírky. **S nedůvěryhodnou či netransparentní sbírkou** měl přitom v posledním roce **zkušenost ► každý čtvrtý dotázaný**.

ZAZNAMENAL/A JSTE V POSLEDNÍM ROCE NĚJAKOU SBÍRKU, KTERÁ PODLE VÁS BYLA NEDŮVĚRYHODNÁ ČI NETRANSSPARENTNÍ?



Motivace k darování a důvěryhodnost sbírek

CO JE PRO VÁS DŮLEŽITÉ PŘI VÝBĚRU SBÍRKY,
DO NÍŽ BYSTE RÁD/A PŘISPĚL/A?

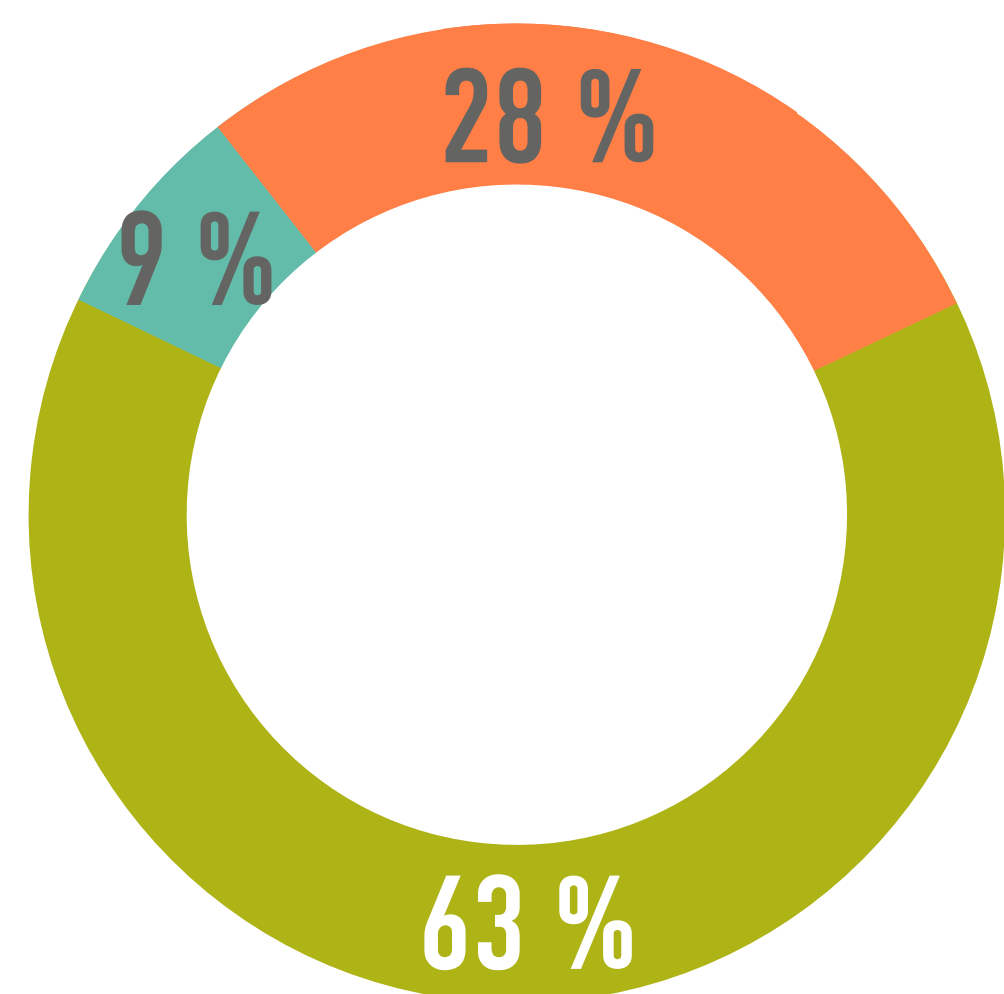


Jak si dárci ověřují, že je sbírka, do níž přispívají, důvěryhodná? Z výsledků průzkumu vyplývá, že zásadní je, zda sbírku pořádá organizace či platforma, které již dárci důvěřují ▶ (42 %). Čtvrtina dotázaných si před darováním do konkrétní sbírky zjišťuje **reference** a další informace **na internetu** ▶ (26 %) či si dohledává a prochází **webové stránky dané organizace** ▶ (24 %).

Dalšími, méně užívanými zdroji pro ověření sbírek jsou doporučení od známých, zveřejněné podmínky platformy, na které sbírka probíhá, či výroční zprávy organizace. Pouze ▶ **8 % dotázaných si sbírky nijak neověřuje.**

Vliv současné situace na dárcovství

ZMĚNILA SE V POSLEDNÍM ROCE VAŠE FINANČNÍ PODPORA VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÝCH AKTIVIT?



- Nyní daruji více než dříve
- Nyní daruji přibližně stejně jako dříve
- Nyní daruji méně než dříve

Více než čtvrtina dárců ► (28 %, v roce 2023 35 %) **daruje v současnosti méně** než dříve. Více než polovina z nich uvádí jako hlavní důvod **snížení příjmu, snížení životní úrovně a všeobecné zdražování**. Čtvrtina z nich se domnívá, že v aktuální ekonomické situaci **by potřebným měl pomáhat spíše stát**. Stejněmu podílu těchto dárců vadí, že vzniká příliš mnoho sbírek. Pro každého desátého je důvodem k omezení darování **špatná zkušenost s konkrétní sbírkou či sbírkovou platformou**.

Obdobně jako v minulém roce pouze **každý desátý dárců** ► (9 %) uvádí, že v současnosti **daruje více než dříve**, častěji se jedná o pravidelné dárců. Polovina z nich vnímá v současné ekonomické situaci **pomoc druhým jako ještě potřebnější**, pro obdobný podíl dárců je hlavním důvodem zvýšení příjmu v posledním roce.

20 let Dárcovské SMS

Za celou historii Dárcovské SMS dárči:
poslali téměř ► **27 milionů dárcovských SMS,**
darovali necelou ► **miliardu korun.**

DMS REKORDY

Rekordní měsíc:
leden 2005

42
mil. korun

tsunami
v Indickém oceánu

Rekordní rok:
2021

90
mil. korun

tornádo
na Moravě

Rekordní akce:
benefiční koncert
1. března 2022

22
mil. korun

válka
na Ukrajině



Společenská odpovědnost firem

MĚLA BY BÝT PODPORA VEŘEJNĚ PROSPĚŠNÉHO SEKTORU SOUČÁSTÍ FIREMNÍCH AKTIVIT?



Tři čtvrtiny dotázaných ▶ (74 %) považuje podporu veřejně prospěšného sektoru za **důležitou součást firemních aktivit**. Sympatie k firmám u lidí nejvíce **zvyšuje podpora zdravotní oblasti** ▶ (61 %), u více než poloviny lidí pozitivně ovlivňuje sympatie k firmě také **ochrana životního prostředí** ▶ (56 %), podpora **děti a mládeže** ▶ (54 %) či podpora v **sociální a humanitární oblasti** ▶ (54 %).

Polovina lidí vnímá **společenskou odpovědnost firem i při rozhodování o nákupu**. Pro ▶ **54 %** lidí je při rozhodování o nákupu důležité, zda se firma chová společensky odpovědně. Pro ▶ **43 %** lidí je společensky odpovědná aktivita firmy důvodem k doporučení značky. ▶ **60 %** lidí je ochotno si připlatit za výrobek, pokud je určitá částka z prodeje určena na veřejně prospěšný projekt.

Pomoc při povodních 2024

4 z 10 Čechů se zapojili do pomoci obětem zářijových povodní

- ▶ nejvíce dárců pomáhalo formou **finančních darů** ▶ (77 %), nejčastěji v rozmezí **501-1000 Kč**
- ▶ **materiálně** pomáhala třetina ▶ (35 %) zapojených dárců
- ▶ **7 %** pomáhalo formou **dobrovolnictví**

Jako **hlavní impulsy** pro pomoc obětem povodní dárce uváděli **soucit s oběťmi** ▶ (68 %), **pocit bezmoci** ▶ (33 %) a pocit **společenské odpovědnost** ▶ (30 %). Pro každého šestého dárce byla podnětem **osobní zkušenost s povodněmi**.

- ▶ **57 % dárců** uvádí, že ve srovnání s předchozími humanitárními katastrofami **pomáhali** při letošních povodních přibližně **stejnou měrou**
- ▶ **29 % dárců** uvádí, že pomáhali dokonce **více než v minulosti**

Důvěra dárců se dlouho buduje, ale lze ji snadno ztratit

- ▶ Individuální dárcovství citlivě reaguje na situaci ve společnosti
- ▶ Nejsilnější motivací k darování je stále dobrý pocit
- ▶ Češi očekávají společensky odpovědné chování i od firem

- ▶ Podpora veřejnosti a firem stagnuje
- ▶ Nadace a fondy drží nastavenou úroveň podpory
- ▶ Potřeba rozvoje spolupráce státu, firem a soukromého nadačního sektoru



35 let českého dárcovství



Více v Mapě dárcovství 2024:



Klára Šplíchalová, Fórum dárců
Radek Jiříčný, InsightLab