

Donare 3.0

Edizione 2020



6° edizione di **Donare 3.0** condotto da BVA Doxa in collaborazione con **PayPal** e **Rete del Dono**

L'osservatorio che misura :

- quanto il **fenomeno** delle donazioni sia diffuso **nella popolazione internauta italiana**;
- i **driver** e le **barriere** ad uno sviluppo più **strutturato dell'online**.
 - le **abitudini**, gli **atteggiamenti attuali** e **futuri degli onliners**

1000 interviste a popolazione 18-64 anni + 30 qualitative individuali a MILLENNIALS
Interviste condotte nel mese di Marzo ed Aprile 2020

Risultati

2019: Internet in Italia



Sono circa **34 milioni** gli italiani che si collegano a **internet utilizzando smartphone o tablet**, spendendo in media circa 2 ore al giorno



Oltre **21 milioni** sono gli **Italiani** che hanno fatto un **acquisto online**



6,8 milioni sono gli **account Paypal** attivi

La maggioranza degli **Online** si conferma **donatore**



2014

2015

2016

2017

2018

2019

Q. Con che frequenza hai fatto le seguenti attività negli ultimi 12 mesi?

Base totale campione

Crescono gli under 40

DONATORI

NON DONATORI

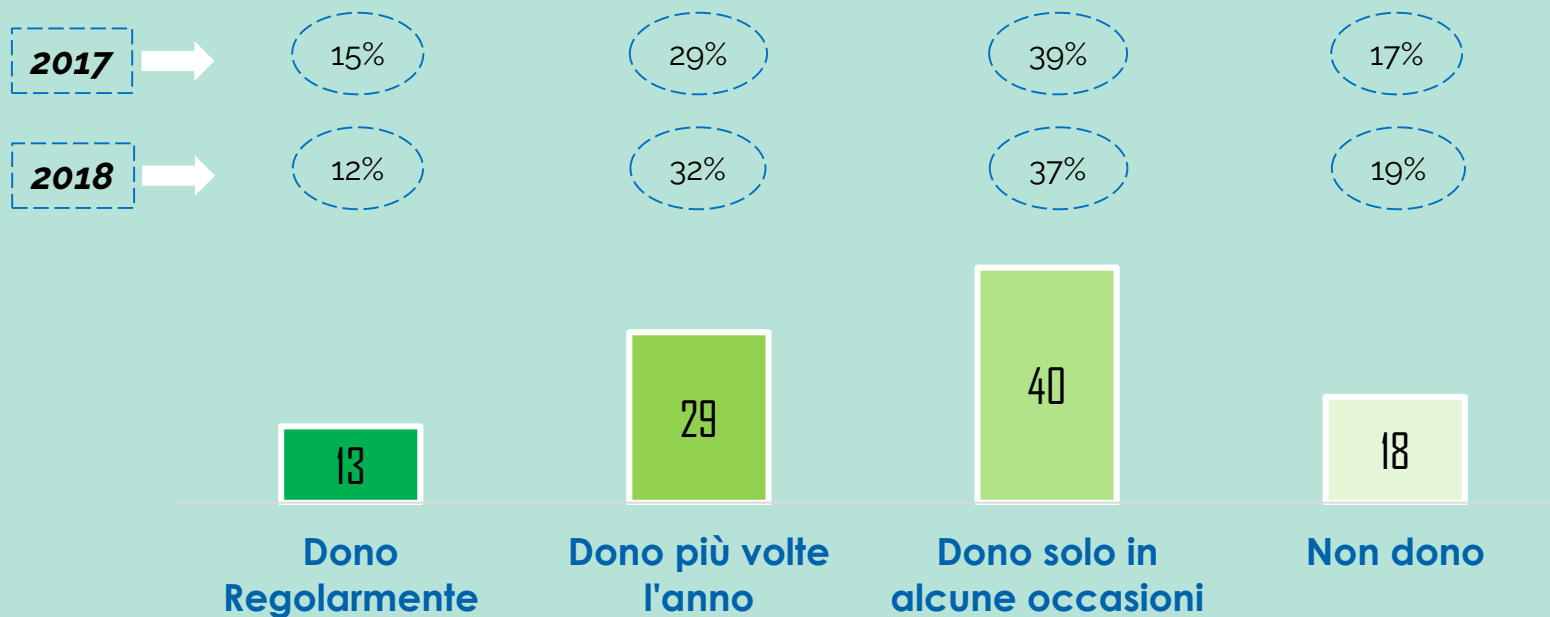
Millennial

Gen X

Baby Boomer

	2017	2018	2019		2017	2018	2019
Millennial	82%	75%	79%	▲	18%	25%	21%
Gen X	84%	83%	82%		16%	17%	18%
Baby Boomer	83%	89%	87%		17%	11%	13%

Circa la metà dei donatori è Repeater



A quante associazioni si dona?



Circa **2 terzi** dei donatori dona a **più di un'associazione**

Stabili le tipologie di donazione

Regalo solidale

72

2018

2017

2016

2015

71%

73%

74%

75%

Donazione ad
associazione

61

59%

62%

64%

69%

Crowdfunding

19

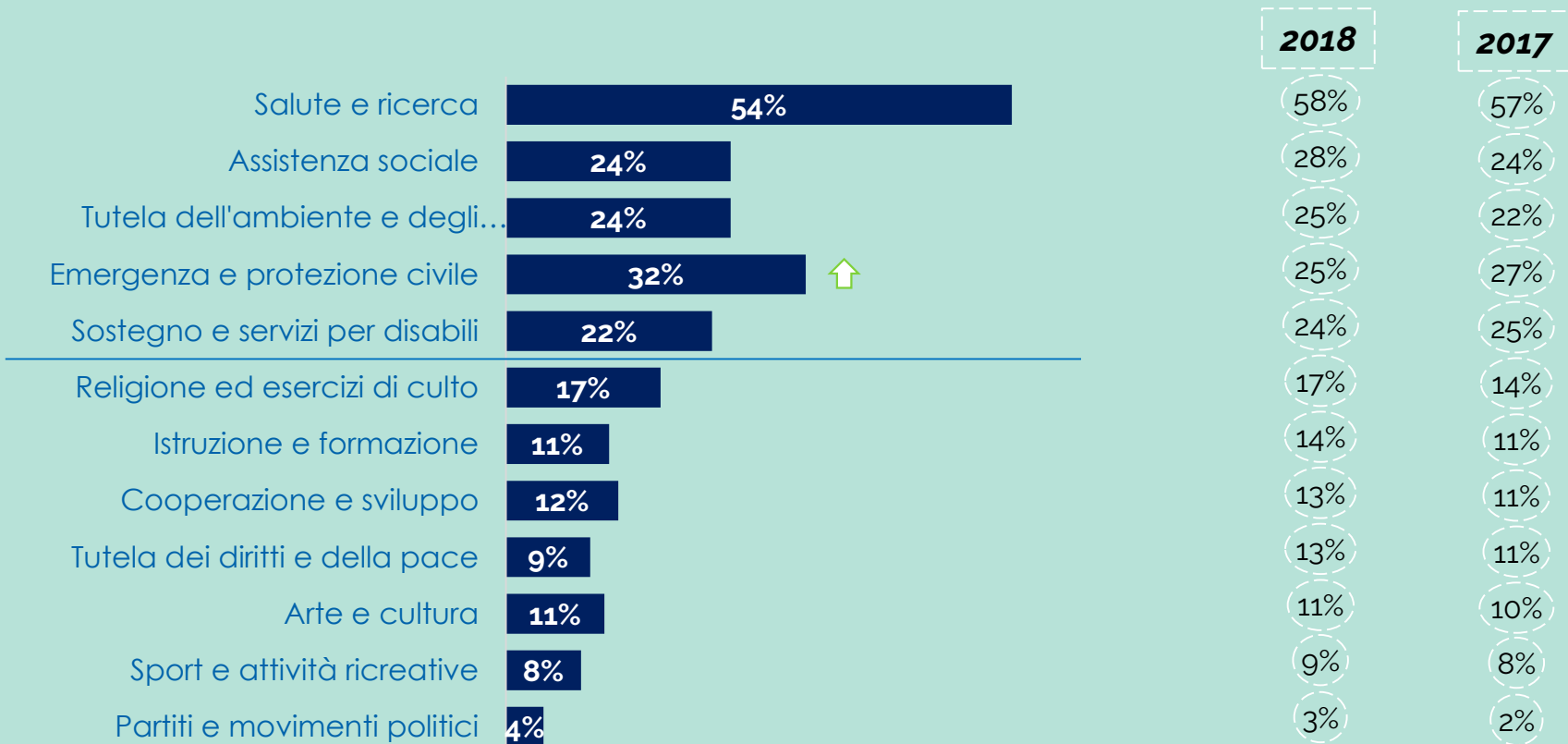
16%

18%

15%

18%

A chi si è donato nel 2019?



A chi si è donato?



48	58	56
23	25	26
27	22	23
33	31	33
16	25	25
14	19	18
13	12	12
14	11	8
11	12	11
12	6	9
9	8	6
4	4	3

Crescono le donazioni sopra i 10 euro



	2018	2019
Fino a 10 euro	19	16
Da 10 a 50 euro	39	44 ▲
Da 51 a 200 euro	32	30
Da 201 a 500 euro	9	7
Oltre 500 euro	2	3

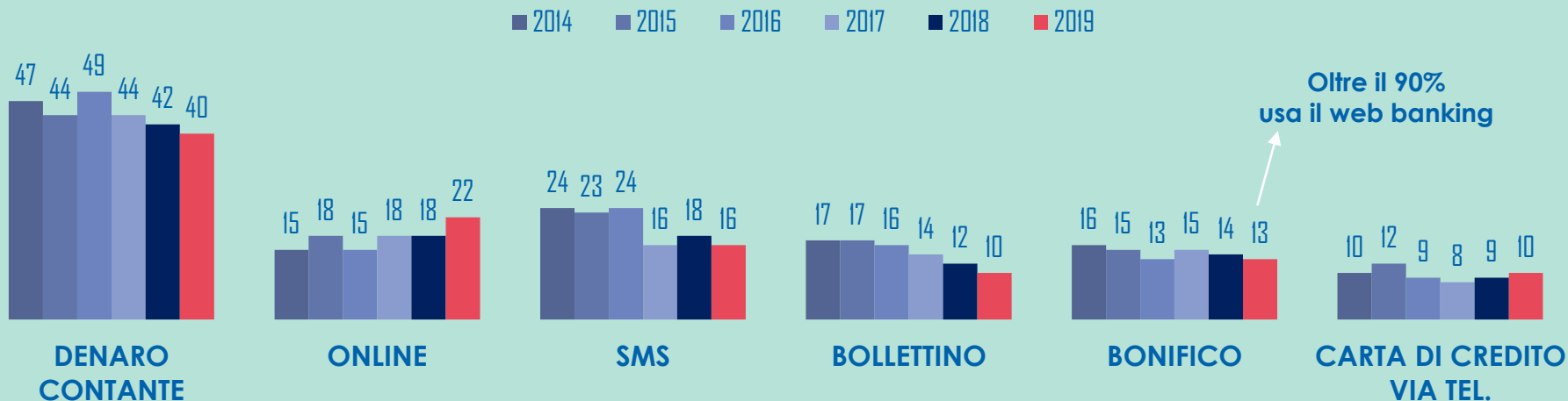
	Millennial	Gen X	Baby Boomer
	25	11	9
	47	45	40
	24	32	34
	2	9	12
	2	3	5

Q. Considerando tutte le offerte in denaro che hai donato per queste cause di solidarietà, personalmente **quanti soldi hai donato** in tutto negli ultimi 12 mesi (escluso 5x1000 e 8x1000)?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

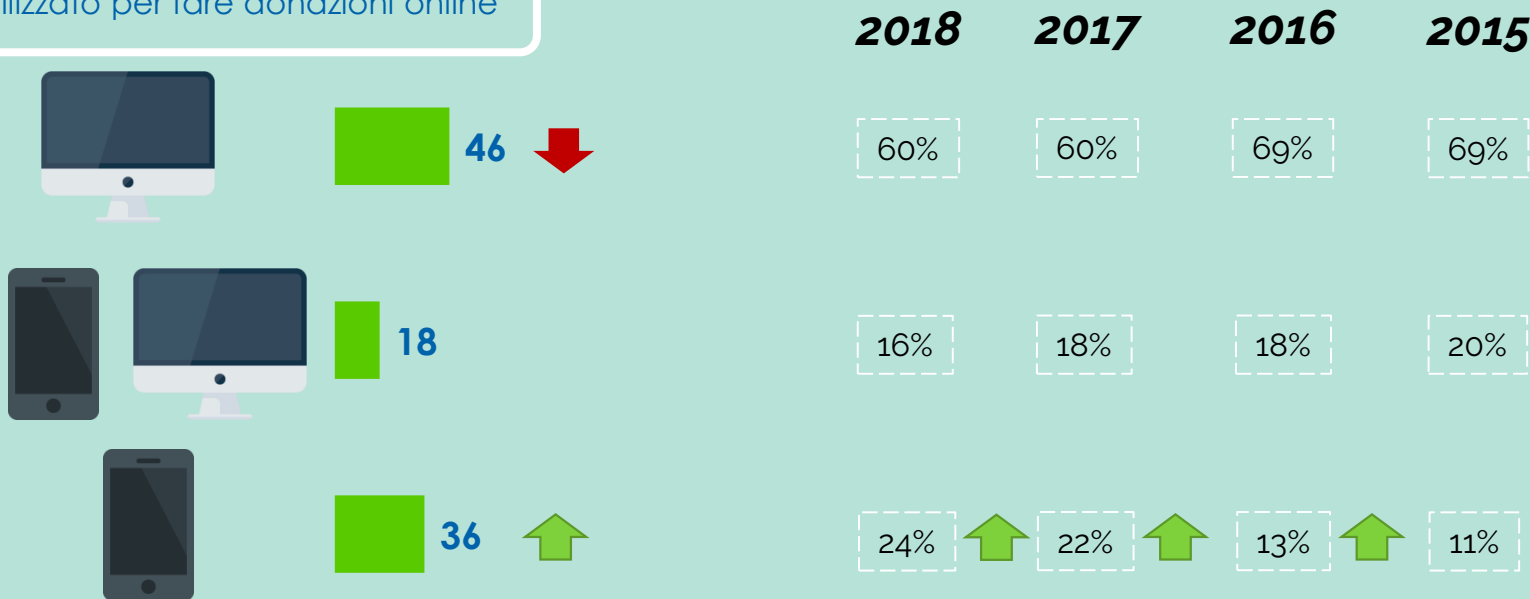
La Donazione Online cresce al contrario delle altre modalità

TOTALE ONLINE (Online + Bonifico Online) = 30%



A guidare la crescita dell'online è la **donazione da Mobile**

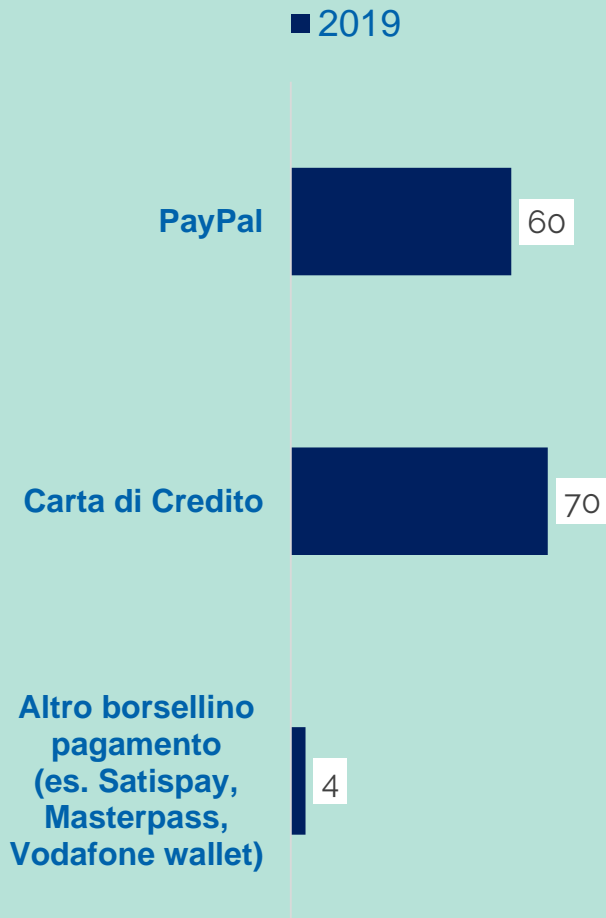
Device utilizzato per fare donazioni online



Q. E quale di questi dispositivi ti è capitato di utilizzare?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit - modalità online

Paypal e la Carta di Credito sono le modalità online più utilizzate



Qual è il percepito del 'donare' e delle 'associazioni non profit'?

Abbiamo chiesto agli italiani digitali di
indicare 3 parole per:

Descrivere le
sensazioni che si
provano quando si
fa una «DONAZIONE»
ad una associazione

Descrivere quello
che si pensa del
mondo delle
«ASSOCIAZIONI Non
Profit»

DONAZIONE: cresce la felicità nel donare

2019 2020

soddisfazione

solidarietà

felicità aiuto

gioia serenità

benessere speranza

utile altruismo

generosità affetto

carità

felicità soddisfazione

solidarietà

aiuto

gioia serenità

speranza

utile altruismo

Tra le parole per descrivere le associazioni cresce il concetto di AIUTO

2019 2020

solidarietà

incertezza/sfiducia

utile aiuto

generosità altruismo

dovere denaro

carità

solidarietà

aiuto

incertezza/sfiducia

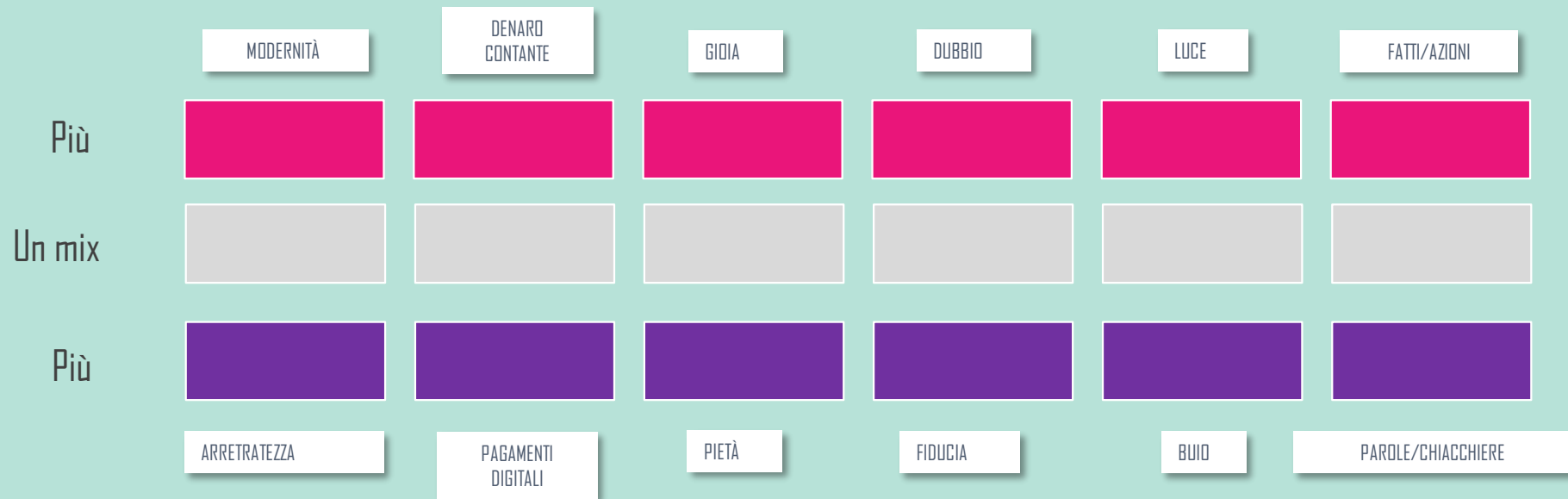
utile

Altruismo fiducia

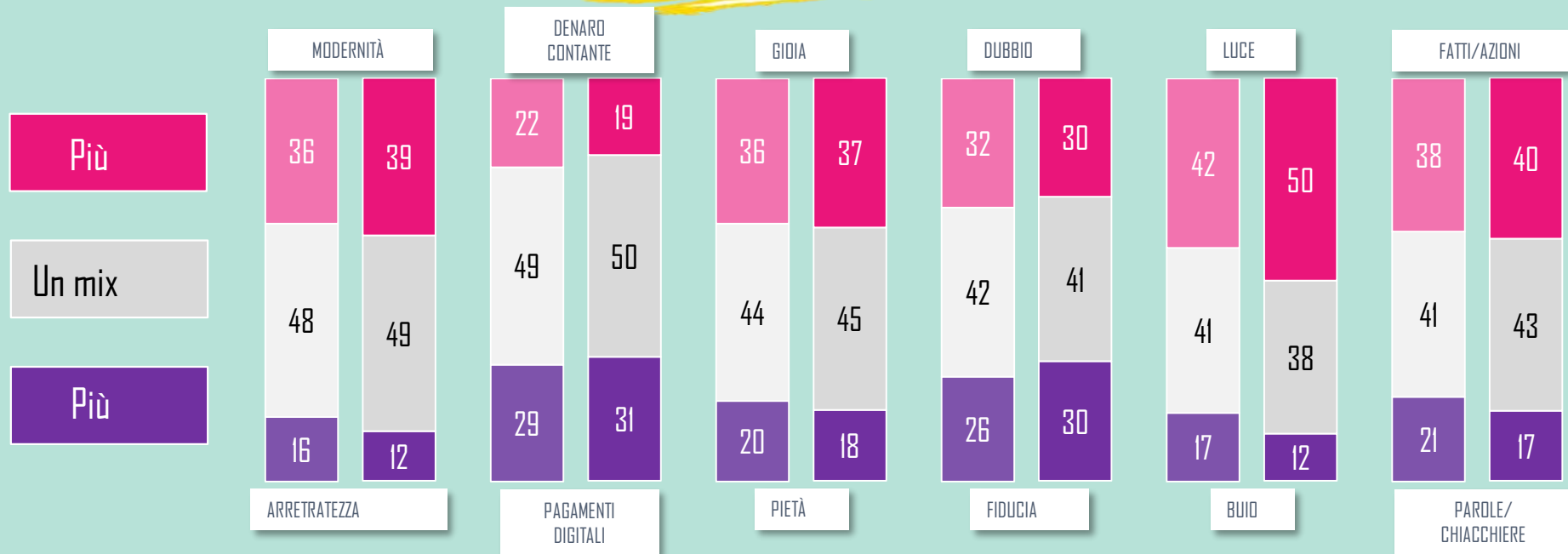
generosità

carità

Abbiamo chiesto quali parole vengano più associate al mondo Non Profit



Migliora il percepito delle associazioni



Q. Quale parola associ di più al mondo delle Associazioni No Profit?

Base: totale campione

Perché una persona **non** dona?

	2016	2017	2018	2019
Non si fidano / Non c'è abbastanza trasparenza sull'utilizzo dei fondi	63	62	65	61 ↓
A causa della crisi economica / Aumento delle tasse	47	42 ↓	37 ↓	38
Ci sono troppe organizzazioni e non si sa come orientarsi	41	37	37	35
C'è scarsa comunicazione sull'esito dei progetti	35	34	33	33
Sono infastiditi dall'eccessiva sollecitazione da parte delle organizzazioni	30	29	29	30
Le organizzazioni usano troppi fondi per il proprio sostentamento	24	21	23	22
Sostengono già direttamente persone o familiari in difficoltà	17	18	23	18
Le comunicazioni delle organizzazioni non convincono / Non attraggono	15	14	22	19
Preferiscono impegnarsi nel volontariato che fare donazioni in denaro	15	14	14	18
Le donazioni non servono a risolvere problemi troppo grandi	9	11	13	14

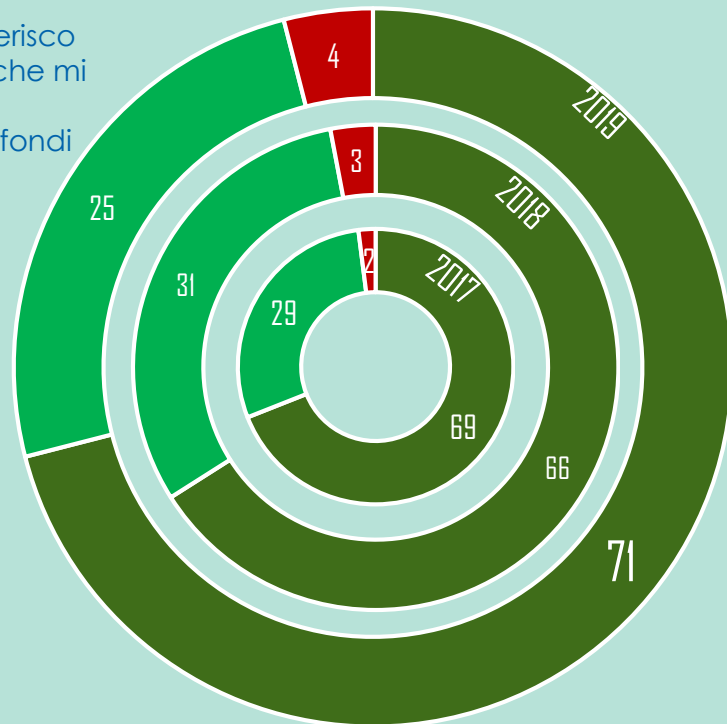
Q. Quali, secondo te, sono i veri motivi perché non hanno donato?

Base Coloro che hanno effettuato una donazione in denaro ad associazioni Non profit

Quanto è importante per te il tema della trasparenza su come sono investiti i fondi raccolti?

Importante, preferisco donare per enti che mi informano sulla destinazione dei fondi raccolti

Non rilevante, mi fido totalmente degli enti per cui dono

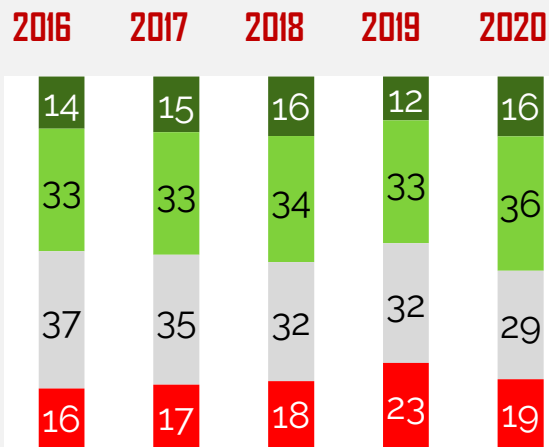


Fondamentale, non dono se non posso verificare la destinazione dei fondi raccolti

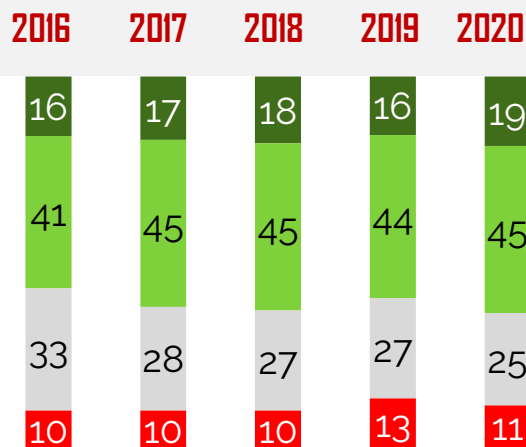
Prospettive 2020

Crescono le intenzioni di donazione, in particolare il Crowdfunding (+9 punti)

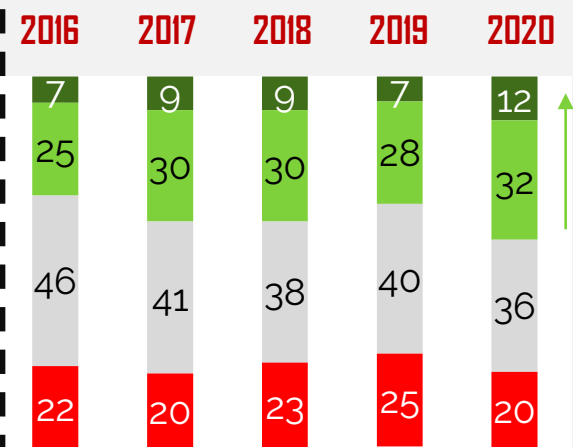
Donazione ad associazione



Regalo solidale



Donazione a progetto solidale (Crowdfunding)



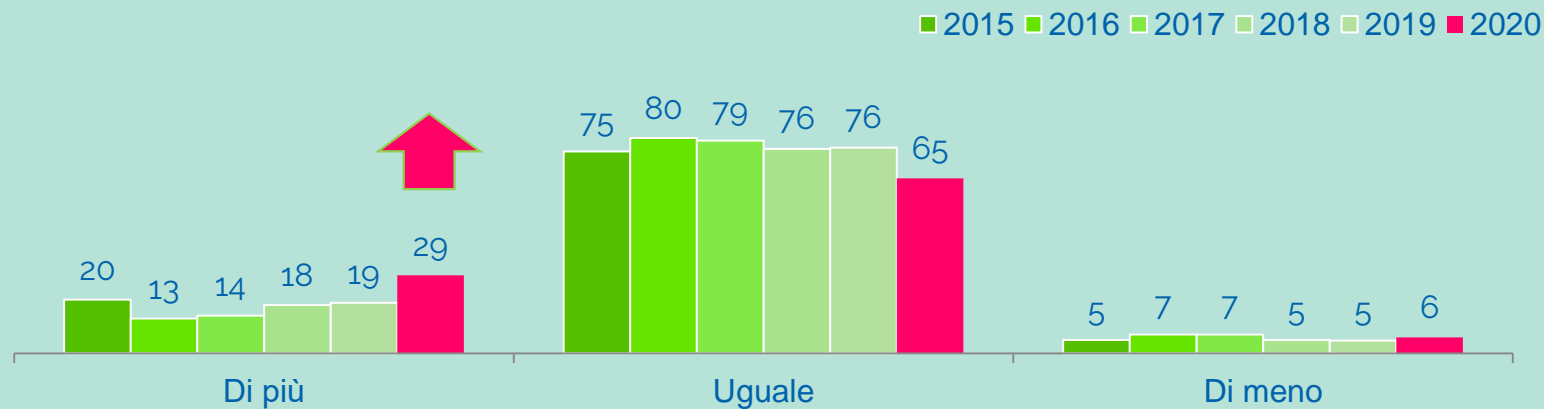
■ Certamente lo farò

■ Probabilmente lo farò

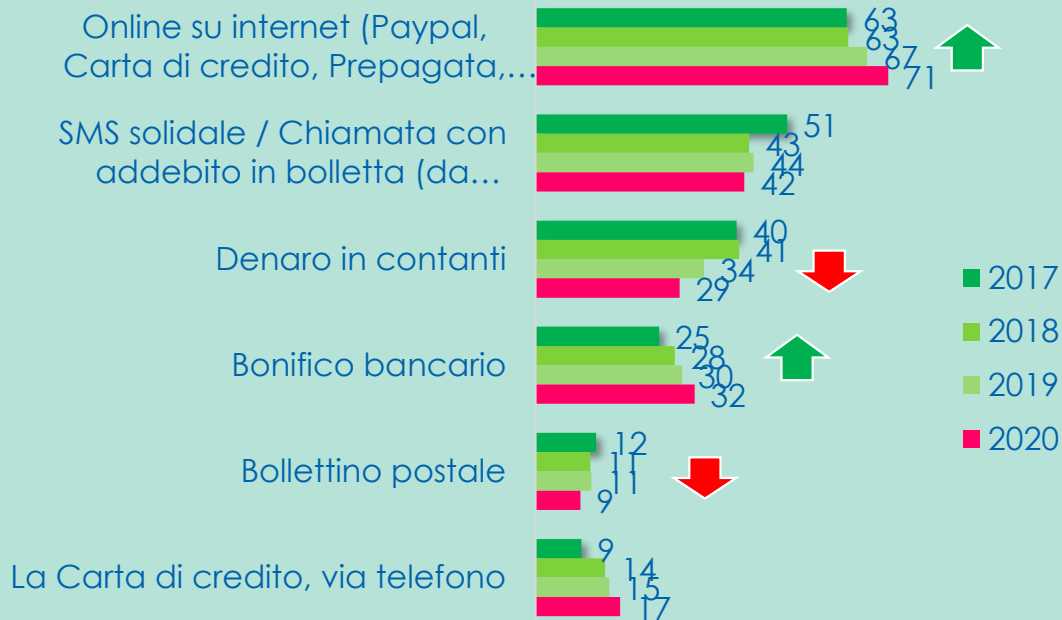
■ Forse sì Forse no

■ Sicuramente NON lo farò

Si donerà di più nel 2020 (+10 punti)



L'online si conferma la modalità ideale per fare del bene, continua il calo del contante



	Millennial	Gen X	Baby Boomer
Online su internet (Paypal, Carta di credito, Prepagata,...	75	68	72
SMS solidale / Chiamata con addebito in bolletta (da...)	38	47	39
Denaro in contanti	32	25	33
Bonifico bancario	29	34	30
Bollettino postale	5	10	11
La Carta di credito, via telefono	21	16	14

Q. potendo avere a disposizione tutte le modalità di pagamento, quali sono le 2 che sarebbero le preferite per te?

Base Totale campione

Le barriere a Donare Online calano

	2017	2018	2019	2020
Dono già molto di persona e non vedo la necessità di donare online	44%	41%	38%	33% ↓
L'organizzazione scelta non prevede donazioni online	41%	38%	34%	43%
Non mi fido di pagare online	40%	40%	37%	37%
Non saprei a chi donare, di solito dono quando vedo un chiosco o una bancarella	29%	30%	31%	28%
Non ho la Carta di credito	23%	21%	23%	22%

Stabile ed alta la conoscenza delle raccolte fondi attivate dai singoli cittadini

Conoscenza raccolta fondi in occasione di eventi speciali

Compleanni



Eventi sportivi



Matrimoni



Altre celebrazioni



Nascita di un figlio



62% sui social media
40% ne hanno parlato amici
13% posta elettronica

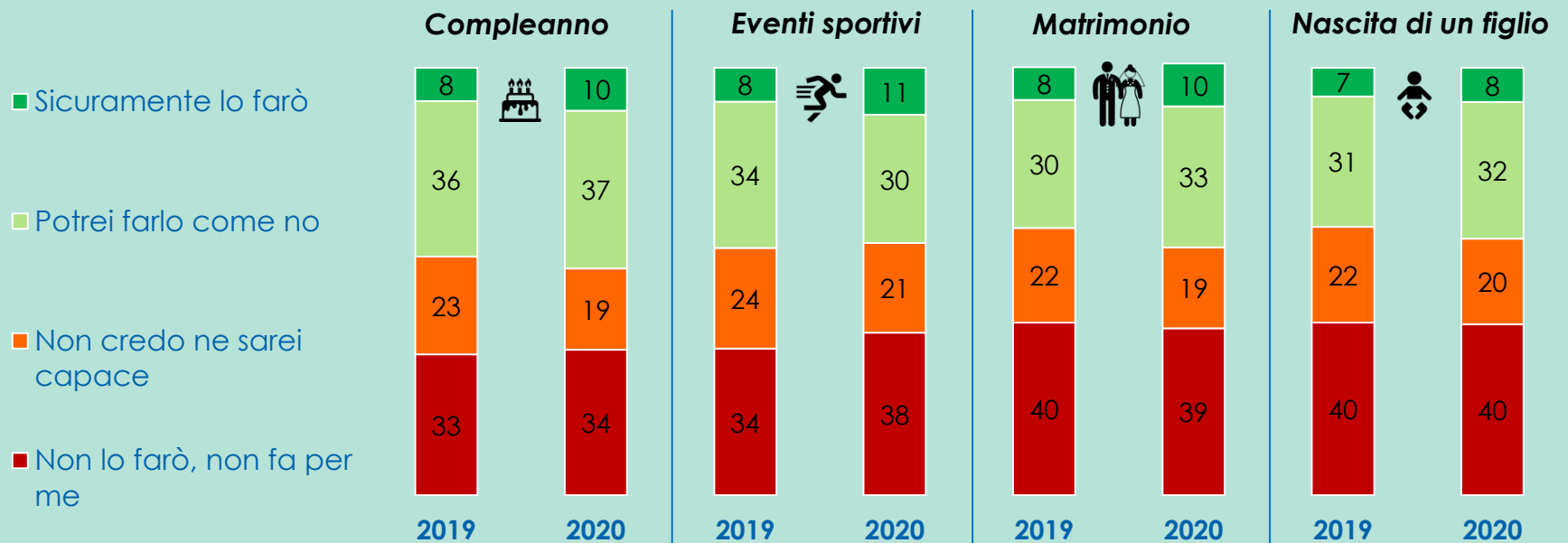
70%

ne ha vista almeno una lo scorso anno

■ 2019

■ 2020

La propensione ad attivarsi resta segmentata ma 1 su 10 onliner si dice pronto!



**Alcuni suggerimenti per
comunicare agli under 40 anni**



Essere **TRASPARENTI** e **CHIARI**

FORNIRE DETTAGLI sulla propria identità, valori e obiettivi concreti

AGGIORNARE sullo stato di avanzamento dei propri progetti

Essere PERTINENTI

IMMAGINI COINVOLGENTI E PERTINENTI

Cercare un'immagine correlata al contenuto della comunicazione





**Essere
COINVOLGENTI
emotivamente**

Mail personalizzate

Contenuti presentati in
modo reale/caldo

Linguaggio informale



Creare una **RELAZIONE**

Creare DEM e newsletter per **FIDELIZZARE E INSTAURARE UNA RELAZIONE** con il donor in modo continuativo e non solo in momenti «caldi».



INGAGGIARE

CONDIVIDERE

La creazione e la realizzazione dei progetti

AGGIORNARE

Per valorizzare l'importanza del suo dono nella vita dell'organizzazione

RINGRAZIARE

non solo in fase di donazione ma anche quando vengono raggiunti gli obiettivi

GRAZIE!

